СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ
ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННОСТЬ

МОНОГРАФИЯ

Под общей редакцией
А. Л. Свенцицкого, С. Д. Гуриевой



Санкт-Петербург
2020

УДК 316.6
ББК 88.5
С69

Р е ц е н з е н т ы:

Солдатова Г.У. – д-р психол. наук, профессор Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, член-корреспондент РАО;

Платонов Ю.П. – д-р психол. наук, профессор, ректор Санкт-Петербургского государственного института психологии и социальной работы.

С69 **Социальная психология: традиции и современность** : монография / под общ. ред. А.Л. Свенцицкого, С.Д. Гуриевой, составитель Т.Б. Позднякова. СПб.: Скифия-принт, 2020.

ISBN 978-5-98620-410-9

В монографии, подготовленной сотрудниками кафедры социальной психологии Санкт-Петербургского государственного университета, представлены основные проблемы социальной психологии как науки. Большое внимание уделено истории становления и современному состоянию социальной психологии, методологии социально-психологического исследования, вопросам социальной психологии личности, группы и общения, ключевым аспектам социальной психологии семейных отношений, социальной психологии в организациях. Помимо традиционных – в ней рассматриваются актуальные на сегодняшний день проблемы психологии просоциального поведения, влияния, гендерного неравенства, социального капитала личности и группы.

Монография адресована студентам психологических факультетов, профессиональным психологам и всем людям, нацеленным на расширение своих знаний в сфере социальной психологии.

УДК 316.6
ББК 88.5

ISBN 978-5-98620-410-9

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие... 5

Глава 1. Введение в социальную психологию
(А.Л. Свенцицкий) 7
Глава 2. Дизайн исследования и методы социальной психологии
(В.А. Чикер) 21
Глава 3. Личность в социальной сфере
(А.Н. Капустина) 33
Глава 4. Социализация личности
(Т.Г. Яничева) 47
Глава 5. Социальные установки и поведение
(С.Д. Гуриева)... 64
Глава 6. Психологическое влияние
(Е.В. Сидоренко) 71
Глава 7. Понимание людьми друг друга
(Т.Б. Позднякова).. 87
Глава 8. Малые социальные группы
(Л.Г. Почебут, Е.Н. Газогареева) 97
Глава 9. Большие социальные группы
(Е.Н. Газогареева, Л.Г. Почебут) 110
Глава 10. Психология общения
(И.В. Кузнецова).. 121
Глава 11. Просоциальное поведение
(Т.В. Казанцева) 131
Глава 12. Социальная психология семейных отношений
(Е.А. Юмкина) 142
Глава 13. Переговоры и взаимодействие
(С.Д. Гуриева)... 164
Глава 14. Социальная психология в организациях
(В.А. Чикер) 188

Глава 15. Социальная психология социального капитала
*(А.Л. Свенцицкий, Л.Г. Почебут, Л.В. Марарица,
Т.В. Казанцева)* 200
Глава 16. Социально-психологический феномен
гендерного неравенства *(С.Д. Гуриева, Т.В. Казанцева,
О.Е. Белова, Л.В. Марарица)*.. 211

Библиография.. 224

ПРЕДИСЛОВИЕ

Социальная психология как наука, начав свое формирование на рубеже XIX и XX веков, особенно интенсивно стала развиваться в веке минувшем. Это развитие было обусловлено как потребностями общества в самопознании, так и всевозрастающей необходимостью учета психологических явлений при разработке и решении многих проблем, возникающих в ходе человеческой жизнедеятельности. Прежде всего это проблемы влияния на личность со стороны различных общностей людей (больших и малых, неорганизованных и организованных) и проявления внутригрупповых эффектов в тех или иных видах человеческой активности.

Несмотря на обилие литературы по различным вопросам социальной психологии в настоящее время, тем не менее, имеется необходимость анализа и обобщения обширного материала, полученного в русле теоретических и эмпирических работ, проведенных в различных странах, прежде всего в России.

Данная монография, подготовленная сотрудниками кафедры социальной психологии Санкт-Петербургского государственного университета, представляет собой рассмотрение широкого круга проблем современной социальной психологии. Ряд этих проблем был поставлен еще классиками социально-психологического знания, однако в современный период многие из этих проблем приобрели особую злободневность в связи с расширением человеческой жизнедеятельности в современных условиях. Наряду с ними рассматривается и сравнительно новая проблематика, обусловленная реалиями сегодняшнего дня. Таковы, к примеру, особенности некоторых социально-психологических феноменов в деятельности современных организаций, новые положения о проведении переговоров в различных сферах, исследования психологических сторон социального капитала личности и группы.

Авторы данной монографии надеются, что их работа будет интересна не только специалистам с многолетним стажем, но также студентам и аспирантам, направленным на расширение своих познаний в области социальной психологии.

Книга подготовлена авторским коллективом в следующем составе:

А.Л. Свенцицкий, докт. психол. н., проф. (глава 1); *В.А. Чикер*, канд. психол. н., доц. (глава 2); *А.Н. Капустина*, канд. психол. н., доц. (глава 3); *Т.Г. Яничева*, канд. психол. н., доц. (глава 4); *С.Д. Гуриева*, докт. психол. н., проф. (глава 5); *Е.В. Сидоренко*, канд. психол. н., доц. (глава 6); *Т.Б. Позднякова*, канд. психол. н. (глава 7); *Л.Г. Почебут*, докт. психол. н., проф., *Е.Н. Газогареева* (главы 8 и 9); *И.В. Кузнецова*, канд. психол. н., доц. (глава 10); *Т.В. Казанцева*, канд. психол. н. (глава 11); *Е.А. Юмкина*, канд. психол. н. (глава 12); *С.Д. Гуриева*, докт. психол. н., проф. (глава 13); *В.А. Чикер*, канд. психол. н., доц. (глава 14); *А.Л. Свенцицкий*, докт. психол. н., проф., *Л.Г. Почебут*, докт. психол. н., проф., *Л.В. Марарица*, канд. психол. н., *Т.В. Казанцева*, канд. психол. н. (глава 15); *С.Д. Гуриева*, докт. психол. н., проф., *Т.В. Казанцева*, канд. психол. н., *О.Е. Белова*, *Л.В. Марарица*, канд. психол. н. (глава 16).

Глава 1

ВВЕДЕНИЕ В СОЦИАЛЬНУЮ ПСИХОЛОГИЮ

Истоки социально-психологического знания

Социально-психологическая мысль возникла на заре человеческой цивилизации одновременно с появлением homo sapiens – человека как разумного существа. Нашего далекого предка занимали временами те же самые вопросы, которые мы и сегодня нередко задаем себе. Например, почему одни люди с первого взгляда вызывают у нас внутреннее расположение и желание общаться, а другие – неприязнь и отторжение? Почему присутствие рядом одних людей помогает нам в каких-либо делах, а присутствие рядом других только мешает? Почему мы и в одиночестве иной раз ведем себя так, как будто кто-то за нами наблюдает? Почему мы с готовностью следуем наставлениям и даже приказам одних людей, но не имеем желания зависеть от других? Вопросов такого рода много. Они возникают и у современного человека.

На подобные вопросы пытается дать ответы социально-психологическая наука. Как система обоснованных и объективных знаний она появилась в конце XIX - начале XX века. Однако задолго до этой поры во все времена многие мыслители прошлого задумывались над проблемами, обусловленными различными видами контактов между людьми. Первоначально социально-психологическая мысль развивалась в рамках античной философии. Именно тогда появились самые ранние суждения о положении человека в обществе и о причинах его социального поведения. Философы этого времени основывались прежде всего на данных собственных наблюдений за различными сторонами жизнедеятельности своих современников. Древнегреческие мыслители Платон (427-347 до н.э.) и Аристотель (384-322 до н.э.) рассматривали в своих работах многие психологические проблемы социального поведения человека. Так, Платон уделял значительное внимание основам человеческой души в связи с вопросами добродетели и справедливости. К началам человеческой души он относил вожделение, пыл и рассудительность, которые находятся в основе таких социальных классов как ремесленники, воины и философы. Платон рассматривал взаимоотношения человека с обществом как своеобразный «контракт», в результате которого че-

ловек получает определенные выгоды, поступая в соответствии с правилами этого общества. Подобно взглядам Платона, своего учителя, Аристотель полагал, что человек явно понимает необходимость своей общественной причастности, однако, по его мнению, человек ограничен присущей ему природе «стадности», присоединения к другим. Именно поэтому Аристотель называл человека «общественным животным».

Возобновление философских поисков в осмыслении взаимоотношений между человеком и обществом после интеллектуальной стагнации средневековья началось в период позднего Возрождения. Мыслители XVI-XVIII веков исходили из тезиса о наличии источников социального поведения человека, полагая, что они обусловлены самой его природой. Так, итальянский общественный деятель, философ и историк Н. Макиавелли (1469-1527) подчеркивал эгоистический ее характер и потому считал необходимой сильную государственную власть, способную «держать в узде» своих подданных.

Пессимистического взгляда на природу человека придерживался и английский философ Т. Гоббс (1588-1679), утверждавший, что именно в силу присущей людям враждебности по отношению друг к другу, «войны всех против всех», необходимо государство. Уподобляя государство мифическому библейскому чудовищу Левиафану, Гоббс обосновывал его необходимость для сдерживания агрессивной природы человека в целях обеспечения всеобщего мира. Ряд идей Гоббса впоследствии был подвергнут дальнейшей разработке. Так, его положение о том, что человеку присуще стремление искать удовольствия и избегать боли позднее разрабатывал английский философ И. Бентам (1748-1832).

Данное направление в науке утверждало необходимость оценки всех явлений, с которыми сталкивается человек, исходя из их полезности для него. Такой подход рассматривался как руководящий принцип поведения во всех случаях социального взаимодействия. В соответствии с этим принципом Бентам полагал, что удовлетворение частных интересов является средством достижения «наибольшего счастья» для «наибольшего числа» членов общества.

Шотландский экономист и философ А. Смит (1723-1790) выделял в качестве первоосновы социального поведения человека его стремление к удовлетворению собственных интересов в экономической сфере. Такой поход вытекал из философии гедонизма, утверждавшей, что человек рассчитывает свои действия для получения макси-

мальной выгоды и ведет себя в соответствии с этим. По мнению Смита, люди, ориентируясь на свои экономические интересы, ведомы «невидимой рукой» рынка и таким образом в целом действуют на благо всего общества, производя необходимые товары. Однако, как показывает практика, подобная рационализация рынка в качестве полезной основы для объяснения экономического поведения, является сомнительной концепцией.

Зарождение социально-психологической науки

Невозможно переоценить роль французского философа О. Конта (1798-1857) в зарождении социальной психологии. Понимая общество как своеобразный организм, Конт называл семью подлинной социальной ячейкой. При этом индивидуум, изолированный от своего общества, считался лишь социологической абстракцией. Говоря о личности в семье и в социуме, Конт рассматривал общественные явления, которые позднее стали называться социально-психологическими. Он использовал термин «позитивная мораль», имея в виду важную роль преобладания инстинктов, вызванных сочувствием, над эгоистическими инстинктами. По его мнению, позитивная мораль – это жизнь для других. Несомненная заслуга Конта состояла и в том, что рассматривая положение человека в обществе, он считал общение специфическим фактором, обусловливающим психическое. Наконец, следует особенно подчеркнуть значимость философского подхода Конта, называемого позитивизмом. В соответствии с данным подходом считаются действительными только те факты, которые поддаются наблюдению. Позитивизм оказал большое влияние на методологию естественных и общественных наук (в том числе и на психологию). Особенно это касается разработки техники наблюдения и экспериментальных процедур.

Знаменательным событием для развития социально-психологической науки было появление в Германии «Журнала психологии народов и языкознания». Его начали выпускать в Берлине в 1860 г. философ М. Лацарус (1824-1903) и языковед Г. Штейнталь (1823-1899). В течение 30 лет вышло 20 томов этого журнала, публиковавшего работы, посвященные психологии народов. Главной его задачей по замыслу инициаторов было «открытие законов, которые появляются повсюду, где массы живут и действуют как единое целое» (Sahakian, 1974, p. 37). Здесь рассматривались многие социально-психологические вопросы, исходя из филологической, антрополо-

гической и исторической ориентации, прослеживались также феномены культуры различных народов в их историческом развитии.

В соответствии с данным подходом работал немецкий психолог В. Вундт (1832-1920), которого порой называют «отцом психологии». За двадцатилетний период с 1900 по 1920 гг. он опубликовал десять томов своего обширного труда «Психология народов». По мнению Вундта, это направление «имеет отношение к тем психическим продуктам, которые создаются вследствие общественного характера человеческой жизни и поэтому необъяснимы только исходя из индивидуального сознания» (Sahakian, 1974, p. 38). Например, он полагал, что языки социальны по своему происхождению (наряду с мифами и обычаями). Исходя из такого подхода, Вундт считал, что они должны рассматриваться как объекты социально-психологического исследования.

Вундт понимал психологию народов как «генетическую», настаивая на необходимости прослеживать историческое развитие человечества. Кроме того, он считал, что именно наблюдение должно использоваться при исследовании сложных психических функций, в то время как общая психология, изучающая индивида, является экспериментальной.

Для второй половины XIX в. и начала XX в. характерен поиск детерминант социального поведения. У. Баджот, Д. Болдуин и Г. Тард называли такими определителями подражание, Г. Ле Бон – внушение, У. Джемс – привычку, У. Макдугалл и У. Троттер – инстинкт, Э. Дюркгейм и Л. Леви-Брюль – «коллективное сознание», У. Томас и Ф. Знанецкий – установку. Очевидно, что подобный подход сводил основы многих социально-психологических явлений к единственному объяснению.

Вошедший в историю науки как автор теории эволюции органического мира английский естествоиспытатель Ч. Дарвин (1809-1882) внес заметный вклад и в разработку психологических проблем. Утверждая, что социальная жизнь основана на социальных инстинктах он особенно выделял чувства симпатии и внутренний «голос» совести. По его мнению, чем более устойчивы социальные инстинкты, тем менее живучи все прочие инстинкты. Знаменитая доктрина Дарвина о выживании наиболее приспособленного нашла свое применение при изучении проблем кооперации, поскольку здесь преобладает убеждение, что группы, состоящие из людей с более кооперативными установками будут более устойчивыми перед теми или иными испытаниями.

Показав необходимость генетического подхода к анализу психологических явлений, Дарвин создал классический труд «Выражение эмоций у человека и животных», высказав предположение, что лицевые экспрессии не только играют важную роль в коммуникации, но также, что определенные эмоциональные экспрессии являются врожденными и потому одинаковым образом понимаются во всем мире. Исследования американских психологов, проведенные в конце прошлого века, полностью поддержали эти взгляды. Так, испытуемые, которые были представителями разных культур, демонстрировали сходные лицевые экспрессии, испытывая одни и те же эмоции. Отметим, наконец, что целый ряд научных положений теории эволюции послужил источником поиска в области социальной психологии.

Среди сторонников и последователей Дарвина особое место принадлежит английскому философу и социологу Г. Спенсеру (1820-1903), высказавшему свои собственные эволюционные идеи и в известной степени предвосхитившему точку зрения Дарвина. По мнению Спенсера, эволюционный подход приложим также к анализу явлений социальной жизни, в частности борьбы за существование среди людей и социальных институтов. В соответствии с положением о «выживании сильнейшего», обосновывалось превосходство одних социальных групп над другими. Последователи Спенсера – сторонники «социального дарвинизма» подчеркивали ведущую роль социальных конфликтов между различными социальными группами и таким образом, оправдывали войны, колониализм, любые формы конкуренции вообще.

Большое значение для развития социальной психологии имела психоаналитическая концепция австрийского психолога З. Фрейда (1856-1939). В данном случае прежде всего следует отметить его вклад в разработку роли инстинктов в социально-психологических явлениях, значения культуры для формирования сознания, социального характера неврозов, процесса идентификации.

В отличие от большинства социальных психологов своего времени, которые считали инстинкт основой социального поведения, Фрейд видел в инстинктивных импульсах побудительные силы, вступающие в конфликт с интересами общества. В соответствии с позицией Фрейда, инстинкты являются не только проявлениями эгоизма, до тех пор, пока они не сублимированы под социальным давлением. Но одна из их разновидностей имеет деструктивный харак-

тер и называется инстинктами смерти, или Танатосом. Другая разновидность – инстинкты жизни или сексуальные, называются Эросом.

Фрейд, в отличие от своих предшественников, полагал, что сознание является не только «внутренним свойством» человека, но формируется вследствие социально-культурного влияния. Он считал, что моральные принципы родителей передаются детям, и когда ребенок интернализует их, они становятся частью его личности. Психологический процесс ассимиляции детьми родительских постулатов Фрейд называл идентификацией. Ее итогом является сходство родительского Я и детского Я. Образцами для идентификации могут быть также учителя или другие взрослые, воспринимаемые как идеалы.

Вклад фрейдовского психоанализа в психологическую науку общепризнан. С другой стороны, слабая аргументированность многих умозаключений Фрейда неоднократно подвергалась критике с различных научных позиций. В итоге можно согласиться с теми деятелями науки, которые считали, что Фрейд был последним из крупных мыслителей, пытавшихся строить свою концепцию без соответствующего подкрепления эмпирическими данными.

Новым этапом в становлении социально-психологической науки можно считать обращение к лабораторному эксперименту. Магистрант университета штата Индиана (США) Н. Триплетт, активно занимавшийся спортом, обратил внимание на то, что велогонщики обычно достигают лучших результатов, когда они на велотреке непосредственно соревнуются друг с другом. Для проверки этих наблюдений им был проведен следующий эксперимент, в котором испытуемые (дети от 8 до 17 лет) наматывали леску на катушку спиннинга. Эти испытуемые выполняли полученное задание сначала в одиночестве и затем в условиях соревнования, находясь в парах, друг напротив друга. Триплет обнаружил, что выполнение экспериментального задания шло быстрее в условиях соревнования. Его статья была опубликована в «Американском психологическом журнале» в 1897 г., а сам автор с тех пор стал известен как первый экспериментатор в социальной психологии.

Оформление социальной психологии в самостоятельную науку

Когда же социальная психология превратилась в самостоятельную науку со всеми присущими ей атрибутами? Исходя из того, что цели любой науки заключаются в описании, объяснении, а также предсказании процессов и явлений действительности, образующих предмет ее изучения, то главными составляющими социальной психологии являются: 1) методология, включающая в себя принципы и способы организации и построения соответствующей теоретической и прикладной деятельности; 2) совокупность методов сбора и анализа первичной информации; 3) научное объяснение полученных данных, включая поиск закономерностей. Поскольку объектом социальной психологии (если говорить самым общим образом) являются различные проявления человеческой активности, то из этого следует, что социальная психология имеет не только теоретическую, но и прикладную сторону.

Если учитывать все сказанное выше, то социальная психология – очень молодая наука, и важнейшие ее открытия еще впереди. Поскольку любой наукой занимаются соответствующие специалисты, то ее развитие невозможно без их подготовки в определенных учебных заведениях. Исходя из этого, традиционно принято считать, что социальная психология впервые заявила о себе как самостоятельная наука именно с выхода в свет двух первых учебников. Они были опубликованы почти одновременно в 1908 г., и оба включали в свое название сравнительно новый термин «социальная психология».

Однако эти книги имели очень заметные различия. Одна из них – «Введение в социальную психологию» У. Макдугалла, английского психолога (позднее переехавшего в США). Автором другой книги «Социальная психология» был американский социолог Э. Росс. Теоретические позиции этих авторов были различны. Отметим их коренное несходство. Для объяснения многих сторон поведения человека Макдугалл исходил из концепции инстинктов. При этом он считал, что индивид является основной «единицей» анализа в новой сфере науки. Росс, в отличие от Макдугалла, рассматривал социальную психологию как изучение поведения групп, а не индивидов, и фокусировал свое внимание на интерперсональных процессах – имитации и внушении.

Именно с поры появления этих первых учебников социальная психология приобрела два основных направления своего развития.

Сегодня можно говорить о наличии двух основных ветвей социальной психологии – психологической и социологической. Естественно, что между ними нет никакого барьера, и оба эти направления социальной психологии взаимно обогащаются, влияя друг на друга.

Возникновение и развитие отечественной социальной психологии

В течение многих десятилетий отечественная социальная психология находилась под сильным влиянием марксизма. Исключением из этой тенденции можно считать лишь работы русского социолога и публициста Н.К. Михайловского (1842-1904), который первым внес заметный вклад в развитие социально-психологической мысли в России. Как один из теоретиков либерального народничества, он подчеркивал роль субъективного, психологического фактора в историческом процессе и призывал к изучению психологии массовых движений. В этом плане представляет интерес его концепция психологии «героя» и «толпы», в соответствии с которой толпа «выдавливает» героя в определенные моменты истории. Взаимодействие героя и толпы, по мысли Михайловского, осуществляется на основе подражания толпы герою. Причиной этого является легкая внушаемость масс, с одной стороны, и магнетическое влияние героя, с другой.

В отличие от Михайловского, его современник, деятель социал-демократического движения и философ Г.В. Плеханов (1856-1918) прочно стоял на марксистских позициях. Рассматривая общественное сознание, Плеханов отмечал необходимость серьезного изучения общественной психологии, определяя ее как «преобладающее настроение чувств и умов». Он определил ее роль и место в социальной структуре общества, а также отметил особенности психологии различных социальных классов. При этом в основе позиции Плеханова стоял материалистический принцип социальной обусловленности общественного сознания.

После октябрьского переворота 1917 г. и установления советской власти марксизм становится методологическим фундаментом психологической науки. Период 1920-х гг. характеризуется попытками формирования социальной психологии на марксистской основе. К этому прилагают старания представители различных областей научного знания: психологи В.А. Артемов, Б.В. Беляев, П.П. Блонский, В.М. Боровский, А.Б. Залкинд, К.Н. Корнилов, психолог и философ Г.И. Челпанов, зоопсихолог В.А. Вагнер, невропатолог и психиатр

В.М. Бехтерев, филолог Л.Н. Войтоловский, правовед М.А. Рейснер и другие. Ведутся дискуссии о предмете социальной психологии и возможностях применения ее знаний в практике социалистического строительства, публикуются работы, главным образом, теоретического плана.

Несомненно, наибольший вклад в становление отечественной социальной психологии был сделан В.М. Бехтеревым (1857-1927). Еще в конце XIX в. его заинтересовали некоторые проблемы социальной психологии, особенно роль внушения в связи с его влиянием на сознание и поведение различных масс людей. При этом он подчеркивал роль объективных методов, делая акцент на поведенческих (в широком смысле) проявлениях психических процессов.

Важно отметить, что Бехтерев оказался первым в отечественной социальной психологии, кто обратился к эксперименту. Цель этого экспериментального исследования, выполненного Бехтеревым совместно со своим сотрудником М.В. Ланге, заключалась в том, чтобы сопоставить особенности проявления ряда психических процессов в условиях групповой и индивидуальной деятельности. Полученные данные показали существенные различия продуктивности испытуемых в зависимости от условий деятельности. Обнаружилось, что выполнение индивидом экспериментальных заданий в группе может стимулировать психическую деятельность в одних случаях и, наоборот, тормозить в других. Результаты этих экспериментов были опубликованы в 1924 г. в одном из немецких научных журналов и считаются одной из важных вех развития социальной психологии.

В эти годы обращение к социально-психологической проблематике можно отметить также при изучении детских и ученических коллективов, при рассмотрении некоторых вопросов трудовой деятельности и управления организациями. Начинаются и первые попытки разработки методик исследования коллективов разного рода.

Однако усилия психологов и специалистов в смежных областях знания в 1920-е гг. не привели к построению сколько-нибудь прочных основ марксистской социальной психологии. Это произошло вполне закономерно, поскольку «реальную разработку науки заменяли декларации» (Петровский, 1967, с. 174). Отмечается также отсутствие четкости в понимании предмета социальной психологии (Андреева, 1997). С конца 1920-х – начала 1930-х начинается заметное уменьшение, а затем и полное исчезновение работ по социально-психологической проблематике. В это время возобладала точка зре-

ния о ненужности социальной психологии в виде отдельной науки, поскольку в соответствии с теорией марксизма сознание человека является осознанным бытием, а бытие человека всегда социально так как любой человек входит в состав того или иного общества.

Период начала 1930-х – конца 1950-х гг. с полным основанием можно считать временем перерыва в развитии отечественной социальной психологии, хотя многие наши авторы считают, что разработка социально-психологической проблематики продолжалась в сфере других наук (в основном педагогических). Тем не менее неоспоримым фактом является то, что в течение 1930-1950-х гг. не было опубликовано ни одной книги, в которой бы рассматривались те или иные проблемы социальной психологии. В течение нескольких десятилетий социальная психология официально считалась одной из ветвей буржуазной психологии и потому чуждой марксистской науке.

Общественно политические перемены второй половины 1950-х гг., известные в наше время как «хрущевская оттепель» привели к некоторой либерализации в сфере научной мысли. Возможным стало и возрождение отечественной социальной психологии (естественно, на марксистском фундаменте). В 1959 г. Б.Г. Ананьев, в то время заведующий кафедрой психологии на философском факультете Ленинградского университета, в рецензии на монографию С.Л. Рубинштейна писал: «Нет оснований полагать, что «социальная психология» может быть только идеалистической и реакционной. Существование общественной психологии не менее бесспорно, чем существование идеологии» (Ананьев, 1959, с. 155).

В статьях ленинградских исследователей А.Г. Ковалева и Б.Д. Парыгина, вышедших в том же году, также отвергалось положение о несовместимости социальной психологии с марксизмом. Высказывалась насущная необходимость разработки социально-психологической проблематики, актуальной для развития советского общества. В 1962-1965 гг. на страницах журнала «Вопросы психологии» развернулась дискуссия о предмете социальной психологии и ее задачах на ближайшее время и на перспективу. Были опубликованы статьи инициаторов развития отечественной социальной психологии А.В. Баранова, Б.Д. Парыгина, Е.С. Кузьмина, Е.В. Шороховой, Н.С. Мансурова и К.К. Платонова.

Благодаря научным и организационным усилиям Б.Г. Ананьева создается в 1962 г. первая в стране лаборатория социальной психологии под руководством Е.С. Кузьмина. На II съезде Общества психо-

логов СССР (Ленинград, 1963) впервые была выделена специальная секция по вопросам социальной психологии. Первые отечественные монографии по социальной психологии также вышли в свет в Ленинграде. Это книги Б.Д. Парыгина «Социальная психология как наука» (Л., 1965) и Е.С. Кузьмина «Основы социальной психологии» (Л., 1967). В них рассматривался широкий круг проблем истории, теории и методологии социальной психологии. В работе Е.С. Кузьмина приводились данные первых эмпирических исследований сотрудников лаборатории социальной психологии (Кузьмин, 1967).

К концу 1960-х – началу 1970-х гг. завершается процесс становления отечественной социальной психологии как самостоятельной науки. Первые в стране кафедры социальной психологии открываются в 1968 г. в Ленинградском университете (под руководством Е.С. Кузьмина) и в 1972 г. в Московском университете (под руководством Г.М. Андреевой). Начинается подготовка дипломированных специалистов по социальной психологии.

В последующие годы отечественные социальные психологи проводили свою работу в различных сферах жизнедеятельности нашего общества. Отражением их трудов являются опубликованные материалы исследований, проведенных на промышленных предприятиях, в учреждениях государственного управления, школах, вузах, организациях системы здравоохранения, центрах искусства и культуры, спортивных коллективах и др.

Настоящий период деятельности отечественных социальных психологов характеризуется, с одной стороны, организационными и материальными трудностями, с другой стороны, расширением творческих возможностей исследователей за счет ликвидации партийного надзора над наукой. Есть основания ожидать активизации отечественной социально-психологической мысли и успешного ее приложения к практике деятельности в недалеком будущем.

Предмет социальной психологии как науки и ее структура

Мы живем в социальном мире и этот мир – другие люди и все, что создано человечеством, влияет на наше сознание и поведение. На нас так или иначе оказывают непосредственное влияние не только члены нашей семьи и другие родные и близкие, друзья и приятели, просто знакомые, не только те, кто работает или учится вместе с нами в одной организации, но и люди, с которыми мы встречаемся в различных

ситуациях. Контакты с окружающими могут быть и систематическими, и очень кратковременными. Однако при этом на нас оказывают влияние и те люди, с которыми мы обычно никогда непосредственно не встречаемся – представители законодательной и исполнительной власти, как верховной, так и различных ее подразделений. Проводниками влияний служат различные средства массовой информации.

На нас воздействуют не только отдельные индивиды, но и различные группы людей, в которых мы оказываемся – малые и большие, неорганизованные и организованные. Воздействие различных групп не равнозначно воздействию отдельных индивидов. Групповое влияние на личность имеет свою специфику, и оно также обусловливает наше поведение. Наконец, нельзя не отметить, что те или иные отношения возникают не только между отдельными индивидами, но и группами людей. Межгрупповые отношения могут носить различный характер – от взаимопонимания и сотрудничества вплоть до острой конфронтации. Глобализация как растущая взаимозависимость различных стран, выступающих в качестве компонентов мирового сообщества, придает особую актуальность проблемам межкультурной коммуникации, которые также входят в сферу исследовательских интересов социальных психологов (наряду с этнопсихологами).

Предметом социальной психологии являются особенности многообразных влияний со стороны других людей, проявляющихся каким-либо образом в поведении индивида или социальных групп в целом. Итак, в центре исследовательского внимания социального психолога находятся последствия различного рода контактов между людьми, которые находят свое выражение в виде чувств, мыслей и действий отдельных индивидов. Таким образом, социальная психология – это наука, изучающая закономерности познания людьми друг друга, их взаимоотношений и взаимовлияний.

Рассматривая структуру современной социальной психологии как науки можно выделить следующие ее разделы:

- социальная психология личности;
- социальная психология общения и межличностного взаимодействия;
- социальная психология групп.

Социальная психология личности включает в себя круг проблем, обусловленных общественной природой личности, ее включенностью в те или иные группы и общности, а также идентификацией с ними. Сюда входят, например, вопросы Я-концепции, самооценки, гендер-

ного влияния на личностные особенности, формирования социальных установок и их связи с поведением личности, конформности и т.д.

Социальная психология общения и межличностного взаимодействия рассматривает различные виды коммуникаций между людьми и возникающие в связи с этим проблемы, особенности различных типов межличностного взаимодействия – от кооперации до конфликта. В данную проблематику входит и познание людьми друг друга, включая социальную перцепцию, стереотипизацию, понимание и оценку других.

Социальная психология групп охватывает разнообразные групповые явления и процессы, структуру и динамику малых и больших групп, формальных и неформальных, различные стадии их жизнедеятельности, а также межгрупповые отношения.

Связи социальной психологии с другими психологическими науками

В соответствии с нашим определением социальной психологии она представляет собой научное изучение закономерностей познания людьми друг друга, их взаимоотношений и взаимовлияний. Это определение включает в себя обширную тематику, которая так или иначе связана с положениями других психологических наук. Данные, полученные в рамках этих наук, способствуют более глубокому пониманию социально-психологических явлений и процессов. Материалы социально-психологических исследований, со своей стороны, обогащают положения других психологических наук (Breckler e.a., 2006).

Сферой психологии, наиболее тесно связанной с социальной психологий, является психология личности. Здесь исследователи изучают личностные черты или диспозиции, которые помогают объяснять человеческое поведение. Диспозиции рассматриваются как показатели определенного постоянства индивида, выражаемые в чувствах, мыслях и/или действиях, которые в целом отличают одного индивида от другого. Главная цель специалистов по психологии личности – выявить диспозиции, которые в наибольшей степени подходят для описания поведения индивидов и позволяют их дифференцировать. В противоположность этому социальные психологи стремятся понять влияние внешних ситуационных факторов на сознание и поведение индивидов, в особенности то, как на них влияют другие люди. Однако социальные психологи часто включают в свои исследования те или иные показатели индивидуальных различий, так как они по-

зволяют лучше предсказать поведение вне зависимости от ситуационных факторов.

Специалисты по психологии развития изучают возрастные изменения в психике и поведении людей, начиная с детства и заканчивая глубокой старостью. Значительная часть психологов занимается исследованием развития детей, сосредоточивая свое внимание или на когнитивном, или на социальном развитии. Ряд исследователей направляют свое внимание на социально-психологические процессы с учетом изменений в развитии людей, принадлежащих к другим возрастным группам.

Известно, что когнитивная психология изучает работу человеческого мозга, включая помять, обработку информации, понимание и принятие решений. Одна из сфер социальной психологии – социальное познание существенным образом совпадает с проблематикой когнитивной психологии. Имеется в виду исследование того, как обрабатывается и сохраняется информация о людях. Когнитивные и социальные психологи полагаются на эксперименты для проверки своих идей, и эти две отрасли науки имеют некоторые общие теории и модели.

Клиническая психология направлена на исследование психических расстройств и других изменений психики людей, которые испытывают трудности преодоления каких-либо жизненных ситуаций. Круг изучаемых проблем здесь очень широк: от сравнительно незначительных – типа легкой депрессии или беспокойства до серьезных, например, шизофрении или расстройств, приводящих к антисоциальному поведению. В противоположность данной области исследований, социальные психологи интересуются «нормальным» поведением людей в социальной среде. Однако имеются точки соприкосновения между этими науками. Так, социальные психологи интересуются одиночеством, застенчивостью, отклоняющимся поведением, низкой самооценкой – всем, что может привести к копинг – проблемам.

В заключение нельзя не отметить, что широкий круг социально-психологических проблем присутствует во всех отраслях прикладной психологии. Упомянем к примеру, психологию педагогическую, политическую, юридическую, экономическую, менеджмента, этническую, военную, труда, спорта, искусства и т.д.

Глава 2

ДИЗАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ И МЕТОДЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

Большинство используемых в социальной психологии методов являются междисциплинарными, а некоторые из специфически социально-психологических уже давно стали общим достоянием психологической науки (например, социометрия, групповая оценка личности, кейс-метод, тренинги и др.). Предмет социальной психологии, а, значит, и ее методы связаны с базовым явлением человеческой жизни – *общением*.

Дизайн психологического исследования

Традиционный путь *психологического исследования*, в том числе и социально-психологического, *ориентированного на человека*, это, прежде всего, – определение *проблемной ситуации*, которая нуждается в изучении, разрешении или описании с целью улучшения биологического и психического баланса человека и окружающей его социальной среды. Это исходный момент любого психологического исследования и проблема связана, прежде всего, с *человеком и группами – объектами исследования.* Для социальной психологии первостепенна включенность человека в различные группы.

Формулировка проблемы ведет за собой *выбор и персонификацию объекта* исследования – того, что несет в себе противоречие и порождает проблемную ситуацию. Как правило, в социально-психологических исследованиях объектом изучения являются как *человек,* так и *группы людей, представители социальных групп, различные общности.* Исключением, с точки зрения определения объекта, могут быть только контент-аналитические и биографические процедуры исследования – тогда в качестве объекта рассматриваются продукты деятельности людей и описания их жизненного пути, выполняющие коммуникативную роль и в косвенном виде отражающие своеобразие человека или группы людей в определенном социальном контексте. В исследовании обязательно учитываются различные составляющие комплекса социально-демографических характеристик: пол, возраст, уровень образования и дохода, семейное положение, наличие или отсутствие детей, социальный и материальный статус,

социальное происхождение, принадлежность к определенным социальным общностям, профессия, род занятий, национальность, отношение к религии, биографические данные и т.д. Во многом описание объекта исследования совпадает с описанием выборки и становится, как и проблема исследования, основанием для формулирования общих и частных гипотез исследования.

Предмет исследования – это те наиболее значимые с теоретической и практической точек зрения свойства объекта, которые наиболее выпукло отражают выявляемые нами противоречия. В качестве предмета социально-психологического исследования могут быть, например, представлены психологические характеристики личности, состояния и процессы деятельности и общения в различных социальных общностях, уровневые характеристики показателей и их взаимосвязи и т.д. – то есть наиболее противоречивые стороны проявления человека как личности по отношению к социальным объектам и группам.

Гипотезы исследования – основной методологический инструмент исследования. Гипотеза представляет собой *предположение* о причинах изучаемых противоречий. Гипотезы могут быть двух основных видов: 1) *описательные (дескриптивные)* (предположение о существующих свойствах объекта), которые, в свою очередь, подразделяются на *структурные* – объект рассматривается как набор фактов и *функциональные*, предполагающие тесноту связи между признаками, а также 2) *объяснительные* (предположение о причинно-следственных связях, которое возможно реализовать только в экспериментальном плане исследования). Выделяются гипотезы-основания и гипотезы-следствия, основные и неосновные, первичные и вторичные.

Определение цели, объекта и формулирование гипотез предопределяет постановку *задач исследования* – шагов по их реализации. Это выбор путей и средств по достижению цели исследования. Задачи определяют логику исследования, структуру работы и название глав и параграфов текста главы работы, обсуждающей полученные результаты. Они могут быть основные и не основные (дополнительные), теоретические и практические. Конкретизируются задачи исходя из характеристик объекта исследования. Главное требование к задачам – их содержательный характер, отражающий психологическое, а не процедурное построение работы. Основная ошибка в формулировании задач исследования заключается в подмене исследовательских задач описанием плана предстоящей работы.

Методы исследования

Methodos (гр.) – путь исследования, поэтому в рамках любого исследования те или иные методы – это основные способы сбора, обработки и анализа полученных данных как индикаторов оценки личности или групп различной степени общности и сложности в ситуациях межличностного общения или же профессионального взаимодействия.

Классификация методов социально-психологического исследования

1. Методы эмпирического исследования

Цель методов – сбор информации об изучаемых явлениях и объектах. Это:

1) Наблюдение.
2) Изучение документов (контент-анализ, биографический метод).
3) Методы опросов (интервью, анкетирование, беседа).
4) Тесты.
5) Специализированные социально-психологические методы (социометрия, рейтинг и экспертная оценка, ГОЛ, методы измерения социальных установок, оценочная биполяризация и др.).

2. Методы моделирования

Цель методов – получение знания о каком-либо объекте путем вывода по аналогии, позволяющие обнаружить условную идентичность событий. Это:

1) Эксперимент.
2) Математическое моделирование (включающее корреляционный и факторный анализ).
3) Ассесмент-центр как комплексная оценка персонала в рамках моделирования основных аспектов профессиональной деятельности.
4) Кейс-метод.

3. Управленческие и обучающие методы

Цель методов – активное обучение эффективным способам социального и делового взаимодействия, что позволяет вырабатывать понимание и навыки эффективных совместных действий в ситуации общения. Это:

1) Деловые и организационно-деятельностные игры (ОДИ).
2) Социально-психологический тренинг.
3) Групповые дискуссии, фокус-группы.

Краткая характеристика основных методов исследования в социальной психологии

Методы эмпирических исследований

Наблюдение. Это научно целенаправленное, организованное и определенным образом фиксируемое визуальное восприятие исследуемого объекта. Относится к разряду описательных методов. В социальной психологии предметом наблюдения являются акты поведения отдельного человека, группы или нескольких групп в определенных ситуациях, связанных с общением. Наблюдение успешно применяется тогда, когда требуется минимальное вмешательство в естественный процесс взаимоотношений. В последнее время наблюдение активно используется в таких процедурах как психологический тренинг, организационное консультирование и ассесмент-центр (комплексная процедура оценки персонала).

Наблюдаемые ситуации могут быть естественными и экспериментальными, управляемыми и неуправляемыми, спонтанными и организованными, стандартными и нестандартными, нормальными и экстремальными и т.д. *Самонаблюдение (интроспекция)* – один из первичных видов наблюдения.

Категории наблюдения (вербального и невербального поведения, особенностей внешности и др.) позволяют структурировать и формализовать научный поиск. В социальной психологии описаны так называемые *«ошибки наблюдения»* (хало-эффект, ошибка центральной тенденции, логическая ошибка, эффект порядка, эффект снисхождения, ошибка контраста, эффект проекции, эффект избирательной гомогенности, фундаментальная ошибка атрибуции, самопрогнозирующееся пророчество, профессиональные, этнические и поло-ролевые стереотипы восприятия). Для повышения надежности наблюдения применяются *схемы наблюдения*, включающие в себя выбранные характеристики поведения – *единицы (категории) наблюдения*.

Методы анализа документов

Контент-анализ. Метод качественно-количественного изучения содержания документов – «расчленение содержания» (англ.) – возник в 20-30 годы XX века в США. Этот метод позволяет работать с информацией, заключенной в официальных и личных документах, материалах массовый и межличностный коммуникаций, литературе, искусстве. Он включает в себя: выделение системы опорных понятий (категорий анализа); отыскание их индикаторов (слов, суждений, яв-

лений и др.) – единиц анализа; статистическую обработку данных. Метод предполагает рассмотрение любого *документа* как *сообщения*, которое выполняет коммуникативную роль. В качестве документа может анализироваться любая информация, фиксированная в самых различных видах текстов, изображений, звуковых сообщений, на самых разнообразных носителях.

Формула коммуникации Г. Лассуэлла (Кто говорит? Что говорит? Как? Кому? По какому каналу? С каким эффектом?) лежит *в основании классификации областей применения контент-анализа.* В качестве *единиц (категорий)* контент-анализа рассматриваются следующие: *качественные* (слово, символ, термин, суждение (законченная мысль), ситуации, персонажи (герой, класс, группа, коллектив), автор; и *количественные* (частота информации, ее объем, знак информации, тип материала).

Биографические методы. Слово *«биография»* в переводе с греческого означает *«жизнеописание», «история личности».* Основной источник биографического метода – наблюдение и самонаблюдение за внешними событиями и внутренней жизнью личности, а объективность его обеспечивает качественно-количественный анализ изучаемых категорий, часто включающий в себя контент-анализ. Основной категорией, анализируемой в биографическом методе, является категория *«событие», определяющее* ключевые и критические моменты жизненного пути человека. События делятся на *три типа*: *события среды* – они происходят не по воле или инициативе самого субъекта жизни; *события поведения* – они происходят тогда, когда человек сам изменяет обстоятельств жизни; *события впечатления (события внутренней жизни)* – сильные эмоциональные переживания и впечатления, способствующие принятию или отвержению каких-либо ценностей. Традиционно рассматриваются четыре вида источников, используемых для описания жизненного пути: свидетельства самого испытуемого, ответы на специальные вопросники; продукты деятельности и творчества; свидетельства и описания окружающих и близких; официальные документы. Особо отметим метод *генограммы,* который используется как метод практической работы в консультировании (семейном и организационном) и социальной работе. Он применяется как способ изучения «биографии» семьи и способ семейной психотерапии.

Методы опроса

Методы опроса являются основными методами сбора первичной информации, применяемыми в социально-психологических исследованиях. В основании всех опросных методов лежит *вопросник* – перечень вопросов, которые мы хотели бы задать респонденту. В зависимости от цели и задач исследования вопросник может быть преобразован в *анкету, интервью* или же использоваться в *беседе.*

Анкета. Она представляет собой высоко формализованный перечень вопросов и ответов, составленных в соответствии с исследовательской программой. Анкетирование дает возможность реализовать массовое исследование за максимально короткий срок. Из всех перечисленных методов опроса анкета является наиболее структурированным и формализованным методом получения информации со слов опрашиваемых. Контакт психолога с респондентом сведён здесь к минимуму. Анкетный опрос предполагает жестко фиксированный порядок, содержание и форму вопросов, а также четкое указание формы ответов. Кроме этого, особенностью этого метода можно назвать его возможную анонимность (личность респондента не фиксируется, фиксируются лишь его ответы), что повышает надежность полученных данных.

Интервью. *Интервью* в переводе с английского (*interview*) означает «беседа, встреча», что предполагает процесс личного вербального взаимодействия с целью получения интересующей нас информации о человеке. В интервью используется процесс вербальной коммуникации для получения информации в связи с намеченной целью, предполагающий одновременное изучение вербального и невербального поведения опрашиваемых. По сравнению с анкетным опросом интервью предполагает личный контакт исследователя и опрашиваемого, большую *глубину* полученных данных о человеке или интересующем нас процессе и *гибкость* в получении необходимой информации. В отличие от беседы процедура интервьюирования имеет четкую цель, предполагает предварительное планирование действий по сбору информации и четкую схему ее обработки.

Беседа. По определению В. Даля «беседа – это взаимный разговор, общительная речь между людьми, словесное их сообщение, обмен чувств и мыслей на слова». Обратим внимание, прежде всего, на взаимность, партнерство и обмен чувствами, которые минимизированы в рассмотренных нами выше опросных методах. Анкета, по сравнению с беседой, более формализована, а интервью более целе-

направленно и ограничено во времени. В отличие от анкеты и интервью помимо психодиагностической и исследовательской функции, беседа может выполнять и психокоррекционную функцию, что требует особой подготовки психологов-специалистов. Беседа предполагает максимальное использование каналов вербальной коммуникации, поэтому особое внимание уделяется «барьерам» коммуникации – таким высказываниям, которые не решают проблем собеседника, вызывают его раздражение и возмущение, заставляют прибегать к защите.

Тесты. Это краткое, стандартизированное, обычно ограниченное во времени психологическое испытание. В социальной психологии с помощью тестов определяются межиндивидуальные и межгрупповые различия, которые имеют значение для объяснения социального поведения и взаимодействия. Основными *областями применения* тестов в социальной психологии являются: диагностика групп; изучение межличностных и межгрупповых отношений и социальной перцепции; социально-психологических свойств личности (социальный интеллект, социальная компетентность, стиль лидерства и др.). Важнейшие требования к тестам вне зависимости от сферы их применения касаются выявления таких важных параметров как стандартизированность, надежность и валидность, точность и устойчивость процедуры измерения, ее независимость от случайных факторов.

Специализированные социально-психологические методы

Социометрия. Метод социометрии применяется для диагностики межличностных и межгрупповых отношений в целях их изменения, улучшения и совершенствования. Метод позволяет дать моментальную, графически точную «фотографию» системы межличностных отношений в группе, установить близость этих взаимоотношений, группировки, статусы, авторитетность или изолированность отдельных членов группы и др. в условиях межличностных отношений и трудовой деятельности. Сам по себе социометрический опрос проводится быстро, но обработка требует значительного времени, так как алгоритм обработки результатов касается каждого заявленного в социометрической карточке критерия (вопроса, включенного в социометричекую карточку). Социометрический опрос может проводиться только в той группе, в которой существовал опыт совместной деятельности, а в опросе участвуют все члены группы без исключения. Социометрия не может быть анонимной. Социометрические крите-

рии бывают разных видов: деловые, досуговые, экстремальные, коммуникативные, гностические, официальные, неофициальные и др. По результатам опроса составляется социоматрица, рисуется социограмма, вычисляются социометрические индексы.

Рейтинг и групповая оценка личности. Это метод *оценки* третьих лиц компетентными лицами (экспертами). Эксперт – (от лат. «опытный», «искушенный») – компетентное лицо, имеющее специальный опыт в конкретной области и участвующее в исследовании в качестве источника непосредственной информации. Его задачей является выражение своего мнения о качестве объекта или явления по определенной шкале в соответствии с предусмотренными для этого правилами. Известно, что к экспертным оценкам прибегают в тех случаях, если изучаемое свойство объекта нельзя измерить другими способами, когда необходимо оценить качественную характеристику.

Психологической основой *ГОЛ* (групповой оценки личности) является социально-психологический феномен представлений о каждом из членов группы как результат взаимного познания людей друг другом в процессе общения. Групповая оценка личности есть концентрированное выражение группового мнения о человеке – члене социальной общности – образ-представление о личности, фиксируемый в форме суждения. Процедура метода *ГОЛ* предполагает оценку специалиста по определенному перечню характеристик (качеств), компетенций или функциональных характеристик с использованием приемов прямого балльного оценивания, ранжирования, попарного сравнения и др.

Измерение социально-психологических установок. Шкалы измерения установок предназначены для количественного измерения направленности и интенсивности поведенческих реакций человека по отношению к различным категориям социальных стимулов. Очень широко этот инструментарий применяется при изучении системы социальных и национальных отношений, потребительских установок, лояльности, отношения к труду, политическим социальным, межличностным и другим проблемам. Особенностью проявления установок является то, что они не наблюдаются непосредственно, но могут быть диагностированы при помощи вербального поведения. Существует четыре базовых типа социально-психологических шкал: шкала социальной дистанции Э.С. Богардуса, шкала равнокажущихся интервалов Л.Л. Терстоуна, шкала суммарных оценок Р. Лайкерта и шкалограммный анализ Л. Гуттмана.

Оценочная биполяризация. Методика является вариантом широко известного подхода, основанного на методе *семантического дифференциала,* созданном Ч. Осгудом. Объект изучается по ряду полярных оценочных шкал, которые задаются соответствующими антонимами. Осгуд обосновывал использование трех базисных оценочных семибалльных шкал: *оценка, сила, активность.* В современных вариантах для определения этих параметров используются б***о***льшее количество шкал (пар антонимов прилагательных). Таким образом, все многочисленнее варианты семантического дифференциала отличаются от других оценочных шкал в психологии наличием двух полюсов, основанных на противоположных по смыслу понятиях (антонимах). В социальной психологии широко известна методика Ф. Фидлера, построенная по принципу метода семантического дифференциала и применяемая для изучения психологической атмосферы в группе.

Методы моделирования

Эксперимент. Метод может рассматриваться как один из вариантов моделирования. Эксперимент предполагает такую методическую процедуру, в которой основным является контроль условий, в которых протекает интересующий нас процесс и, вследствие этого, выяснение причинно-следственных связей между явлениями. Экспериментальная процедура предполагает тщательное наблюдение и фиксацию воздействия одной или более переменных (независимые переменные) на другие одну или более переменных (зависимые переменные) в тщательно контролируемых условиях. Чаще всего при классификации экспериментов выделяют *лабораторный, естественный и психолого-педагогический* (формирующий, обучающий) их виды. Эксперименты в общей, педагогической и социальной психологии (А.Ф. Лазурский, Э. Мейо, С. Милграм, Ф. Зимбардо и др.) поставили серьезные вопросы этики, личных границ и надежности экспериментальных процедур.

Ассесмент-центр. Ассесмент-центр (центр оценки) не представляет собой отдельного особого психологического метода, а может рассматриваться как комплексный подход, применяемый при оценке персонала. Сочетание различных диагностических методов позволяет создать ситуационные модели, которые представляют собой искусственное моделирование реальных обстоятельств существования естественного объекта. 95% всех ассесмент-центров используется

для отбора персонала и развития кадрового потенциала. Ассесмент-центры имитируют профессиональный будничный рабочий день, а ситуативные упражнения служат для отражения типичных, и не очень легко решаемых, повседневных ситуаций. По итогам обобщенного наблюдения «оценщиков» за поведением участников делаются выводы о том, насколько это поведение соответствует требованиям профессиональной деятельности.

В состав процедур ассессмент-центров входят: интервью с экспертом; психологические, профессиональные и общие тесты; презентации; групповые дискуссии, деловые и ролевые игры; биографическое анкетирование; описание профессиональных достижений; индивидуальный и групповой анализ конкретных ситуаций; «почтовая корзина»; трудовые пробы; компьютерное имитационное моделирование; экспертное наблюдение и др. По результатам процедуры составляются рекомендации для каждого сотрудника.

Кейс-метод. Отличительной особенностью кейс-метода является описание проблемной ситуации на основе фактов из реальной жизни. Метод противопоставляется традиционному лекционному методу. Он широко используется при обучении в самых различных областях знаний как за рубежом, так и в нашей стране. Кейс провоцирует дискуссию, позволяет моделировать реальную проблему, с которой обучающимся придется столкнуться на практике. Кроме того, кейсы развивают аналитические, исследовательские, коммуникативные навыки, вырабатывают умения анализировать ситуацию, планировать стратегию и принимать управленческие решения. Кейс-метод как обучение предполагает не только наличие банка кейсов, но и методические рекомендации по их использованию, вопросы для обсуждения, задания студентам, дидактические материалы в помощь преподавателю. Очень распространен кейс-метод в работе ассессмент-центров.

Управленческие и обучающие методы

Деловые и организационно-деятельностные (ОДИ) игры. Методы активно применяются в целях решения управленческих, экономических, производственных и других профессиональных задач. Цель таких игр – моделирование и анализ сложившейся профессиональной ситуации по заданным правилам, т.е. в таких играх, в отли-

чие от ролевых, существует довольно жесткий сценарий, а также прогнозируются реальные результаты.

Деловые игры – это метод имитации принятия управленческих решений в различных производственных и организационных ситуациях путем игры по заданным правилам, что во многом близко методу анализа конкретных ситуаций. Это также средство моделирования разнообразных условий профессиональной деятельности (включая экстремальные) методом поиска новых способов ее выполнения. Деловая игра имитирует различные аспекты человеческой активности и социального взаимодействия, она также выступает методом эффективного обучения, поскольку снимает противоречия между абстрактным характером учебной ситуации и реальным характером профессиональной деятельности.

Организационно-деятельностная деловая игра (ОДИ) отличается от обычной деловой игры своим продолжительностью, а также глубиной поставленной проблемы и проводится обычно в течение нескольких дней в напряженных условиях и ограничениях по времени. Исходных рабочих процессов в такой игре всего два – это целеобразование и проблематизация. Все усилия руководителей направлены на то, чтобы помочь участникам игры развиваться; большое внимание уделяется рефлексивной деятельности на различных этапах игры. ОДИ позволяет генерировать решение множества проблем и наметить пути и механизмы реализации стратегических целей.

Социально-психологический тренинг. Это один из видов групповой психологической работы, включающий в себя элементы моделирования и драматизации. В отличие от традиционных форм обучения в тренинге происходит активное включение в общегрупповое пространство действия поведенческого опыта каждого участника группы, а также обмен этим опытом. Этот вид тренинга обращает, прежде всего, внимание на аспекты общения и коммуникаций, поэтому часто его называют *коммуникативным тренингом или тренингом общения*. Существуют и другие названия этого тренинга: «Тренинг эффективных коммуникаций» «Тренинг делового и межличностного общения», «Тренинг партнерского общения», «Тренинг взаимопонимания» и т.п. На социально-психологическом тренинге работают, главным образом, с профессиональными и личностными умениями и навыками – тренируют и развивают их. Поэтому, представители социономических профессий, которые в большой степени склонны к профессиональному выгоранию и профессиональной де-

формации, имеют наиболее выраженный запрос на психологическую работу такого рода. Со временем тренинги стали иметь более широкую область применения – они проводятся не только с взрослыми, но и с детьми разного возраста, с людьми, имеющими индивидуальные запросы по преодолению трудностей в общении. Основными методами (средствами достижения цели и реализации задач в тренинге) являются групповые дискуссии, ролевые игры с элементами драматизации, психодраматические элементы, различного рода упражнения, психогимнастики.

Фокус-группы. Метод получил широкое распространение в связи с необходимостью оперативно решать вопросы рекламы, маркетинговых, социологических и психологических исследований. В настоящее время фокус-группы рассматриваются как самостоятельный метод исследования, хотя по своей идее они сочетают в себе ситуационное (иногда «стрессовое») интервью, групповую дискуссию, наблюдение и беседу. Дискуссия представляет собой основной методический прием, применяемый в фокус-группах. Основная цель фокус-группы – сбор информации, а не единство мнений; это – форма получения обратной связи. Участники фокус-группы работают с вопросами, интересующими исследователя, с целью получить скрытую информацию. Сценарий фокус-группы – это набор вопросов, предлагаемых для обсуждения. Структурированная фокус-группа предполагает работу модератора по заранее подготовленному путеводителю. Полуструктуированная фокус-группа проходит по так называемому гибкому или эскизному путеводителю, который существенно корректируется в зависимости от реакций участников.

Большинство представленных в главе методов социальной психологии являются междисциплинарными и проявляют свою специфику в зависимости от цели, задач и объекта конкретного психологического исследования.

Глава 3

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ

Предмет и основные понятия социальной психологии личности

Вся история взглядов на предмет социальной психологии есть история решения проблемы личности и общества, так как в ней исследуются общественное поведение человека, взаимоотношения людей, как они влияют друг на друга и какое значение в процессах взаимодействия имеет личность человека. Понятие «личность» выступает основополагающей базовой категорией для всей психологической науки в целом, при этом во всех её подходах, концепциях и теориях личности прослеживается социально-психологическое содержание проблемы личности. В социальной психологии наравне с понятиями «общение» и «группа», понятие **«личность»** также является базовой категорией, поэтому вполне закономерно выделилась как самостоятельная научная дисциплина «социальная психология личности» (Капустина, 2012). Предметом данной науки является социально-психологическая сущность, реальность личности и всё внимание при её изучении сосредотачивается на таких проблемах как социализация, формирование Образа-Я, Я-концепции, процессы построения человеком своей социальной и личностной идентичности, персональной системы ценностей, стратегий поведения в изменяющихся социальных обстоятельствах, обусловливающих взаимодействия личности и общества.

Таким образом, основной категорией и основным понятием в социальной психологии личности, является само понятие «личность». Обобщая философские и психологические воззрения о проблеме личности, выделено несколько критериев этого понятия:

– Значение личности как продукта общественно-исторического развития.

– Личность – как особое социальное качество – статус, система социальных ролей (социальный атом).

– Индивидуальность – особенное, специфическое, что отличает одного человека от другого и которая формируется в процессе социализации личности.

– Личность – как особая психическая организация – носитель сознания, самосознания, системы установок, ценностей и т.д.

– Индивидные особенности личности, её психосоматическая организация.

– Личность – субъект деятельности, общения, познания.

– Личность – как объект социального влияния, воспитания.

– Человек – как носитель и выразитель значения понятия личность, как он воспринимается окружающими и как он на них воздействует.

– Личность, являясь общественной стороной человека, связана с понятием социальной активности человека.

Самосознание. Образ-Я. Самооценка

Все современные представления о личности подчёркивают её социальную природу, включённость в ту или иную систему отношений. Как отмечает Л.С. Выготский «психологическое развитие личности – есть развитие социальное» (Выготский, 2002, с. 12). Во всех концепциях личности как главная проблема рассматривается **проблема «Я»**, основными компонентами которой являются **самосознание** и **Я-концепция**, обусловливающие процессы социального взаимодействия. Каждый из этих конструктов «Я», выступая в определённом единстве, формирует у человека целостность «Я» и имеет свою функционально-динамическую структуру.

Самосознание – осознание своего внутреннего мира, своего «Я», своих качеств, самоопределение в социальной среде – является важнейшим проявлением человека как личности. Его развитие обусловлено формированием **Образа-Я** – представлением человека о самом себе, определяющийся различными **самооценками:** оцениваются собственная внешность, характеристики своих личностных качеств, достижения и неудачи своей жизни, сравнение себя с другими. Целостный Образ-Я, складывавшийся из отдельных самооценок, представляет собой **обобщённую самооценку – как установку личности по отношению к себе**, которая, как и всякая установка, состоит из эмоциональных, когнитивных и поведенческих характеристик. Аффективная оценка самовосприятия обладает различной степенью интенсивности, поскольку конкретные черты представлений о себе могут вызывать те или иные эмоции, связанные с их когнитивным принятием или осуждением. Тем самым образуется целостное ценностно-эмоциональное отношение к себе (принятие/неприятие), влияющее на поведение личности.

Выделяют три типа обобщённой самооценки: адекватная, низкая и завышенная. *Адекватную самооценку* определяет когнитивно-эмоциональное отношение к себе, отражающее понимание и принятие себя в целом. Адекватная самооценка, по мнению Т. Шибутани (1999), формирует такое качество личности как *самоуважение*, которое обеспечивает чувство собственного достоинства. Напротив, недооценка личностью своих черт и качеств, излишне критическое отношение к себе, порождает *пониженную самооценку,* обусловливающую систему психологических защит, и отражается не только в отношении к себе, но и во взаимодействии с другими людьми, определяя особые типы социального поведения человека (демонстративное, демонстративно-унижительное, амбициозное и т.д.). *Завышенная самооценка* обусловлена завышением некоторых черт и качеств, что может быть связано и с возрастом, и с особенностями развития когнитивно-эмоциональной, интеллектуальной и социальной сфер личности, являясь показателем недостаточно зрелой личности. Таким образом, различные самооценки, являясь компонентами Образа-Я, определяют в самосознании личности значимую социальную установку по отношению к себе. Образ-Я всегда индивидуален и специфичен, изменчив и ситуативен, но при этом каждый человек обладает относительной устойчивостью самосознания, рассматривая себя как особенного, с отличительным набором качеств, характеризуя свою личность как неповторимую индивидуальность. Данный аспект личности принято обозначать термином **«Я-концепция»**.

Я-концепция

«Я-концепция» – это сложный составной образ или картина, включающая в себя совокупность представлений личности о себе самой вместе с эмоционально-оценочными компонентами этих представлений.

«Я-концепция» формируется в процессе жизни человека на основе взаимодействия со своим социально-психологическим окружением и реализует мотивационно-регуляторную функцию поведения личности. Гибкость координации в познании себя основана на способности людей формировать Образы-Я, а относительное постоянство, определённость поведения человека, обеспечивается за счёт устойчивой «Я-концепции» (Шибутани, 1999, с. 182). Я-концепция включает в себя различные грани индивидуального самосознания. Образ и оценка своего Я в психологическом плане оказываются неразрывно взаи-

мосвязаны, образуя единое нерасторжимое целое, но, при этом могут иметь различные ракурсы или модальности, определяющие структуру Я-концепции. Структурные составляющие «Я» наиболее комплексно с социально-психологических позиций представлены в работе Р. Бернса (Бернс, 1986, с. 32), который предлагает рассматривать Я-концепцию как совокупность установок, направленных на самого себя. И так же как в социальной установке в Я-концеции выделена трёхкомпонентная структура: 1) Образ-Я – когнитивные представления человека о самом себе; 2) самооценка – аффективная оценка этого представления; 3) поведенческая реакция – действия, которые вызваны Образом-Я и самооценкой.

Каждая из этих установок может быть представлена в трёх модальностях:

– «Я» реальное – установки, связанные с актуальным представлением человека о самом себе, о том, какой «Я на самом деле»;

– «Я» идеальное – установки, связанные с представлением о том, каким «Я хотел бы стать»;

– «Я» зеркальное (социальное) – установки, связанные с представлением о том, как меня видят другие – «Я-глазами-других» («Зеркальное-Я» – понятие, введённое Ч. Кули).

Социально-психологическое понимание «Я», вытекающее из признания социальной природы самопредставлений, заставляет предполагать о весьма пластичном, изменяющимся содержанием «Я» в соответствии с характером социальных отношений. Многообразие ролевых позиций формирует у современного человека множественность «Я», новые социогенные потребности. Наличие множественных представлений о себе потребовало их определённой гармонизации. Анализ структуры Я-концепции как целостного образования привело к идее многоуровнего строения. Подобный подход представлен в самых разных работах (Б.Г. Ананьев, А.Г. Асмолов, М. Розенберг и др.).

Согласно М. Розенбергу, существуют различные «планы функционирования» Я-концепции, задающие её многоуровневость. Он выделил не три, самых известных модальности, а семь: Я-настоящее – сегодня, здесь и сейчас; Я-динамическое, – каким намерен, должен стать согласно цели; Я-возможное – каким могу стать; Я-идеальное – соотнесение себя с моральным образцом; Я-фантастическое, воображаемое – каким желал, хотел бы стать; Я-идеализированное – каким мне приятно себя видеть, представлять (сильное расхождение между

Я-идеализированным и Я-реальным может быть признаком невротизации и недостаточной адаптивности личности); Я-представляемое – ролевые маски в представлении себя другим и в осознании себя в многообразии ролевых позиций.

Введение в научный оборот понятия «Я-настоящее» является основой понимания устойчивости самосознания как некоторого единства, а определение границ изменчивости «Я» стало обращение к концепту «Я-возможное» – как динамической изменчивости в развитии самосознания (Белинская, Тихомандрицкая, 2009).

В самосознании «Я-концепция» выступает в трёх функциональных аспектах:

1) обеспечивает внутреннею согласованность; 2) способствует интерпретации личного опыта; 3) формирует определённую совокупность ожиданий, представления о том, что должно произойти.

Эти функции, во многом определяют характер действий человека в различных областях его поведения (Шибутани, 1999).

Таким образом, самосознание, основными комплексными компонентами которого являются Образ-Я и Я-концепция, формируется в процессе развития личности, её социализации и этот процесс продолжается на протяжении всей жизни человека (Ананьев, 2001; Шибутани, 1999).

Идентичность. Персональная и Социальная идентичность

Процесс развития самосознания, формирование своего «Я» связан с проблемой развития идентичности (самотождественности) личности. **Идентичность личности** – это понимание своего единого, неразрывного, целостного, протяжённого, одновременно меняющегося и неизменного в течение всей жизни человека его «Я» (Почебут, 2017). Впервые детально понятие идентичности было рассмотрено в работах Э. Эриксона (2002). Он отметил, что важную роль в процессе формирования идентичности, играет социокультурное окружение, так как понимание себя происходит под воздействием окружающей среды и тех культурных норм, которые присущи обществу.

Различают персональную (личностную) и социальную идентичность, которые образуются в процессе самопознания и в определении своего места в социуме.

Персональная идентичность есть результат индивидуализации человека, в его стремлении осознать сущность собственного «Я» («Эго»), свою самость (self) и характеризуется как ощущение собст-

венной неповторимости, уникальности своего жизненного опыта, как некоторая тождественность самому себе, являясь формой интеграции различных сторон «Я» и в определённой степени соответствуя понятию «Я-концепция».

Социальная идентичность связана с соотнесением себя к социальным группам, этносу, самоотождествлением себя с социальными ролями, групповыми идеалами, ценностями и стандартами, определением границ между «Я и не-я», «Мы-Они», «Я и Другой». Социальная идентичность определяется, по выражению Э. Фромма, тем, что «одной из ведущих человеческих потребностей, составляющей самую сущность человеческого бытия, является потребность в связи с окружающим миром» (Фромм, 2009, с. 26). Г. Тэджфел и Дж. Тернер в своих концепциях социальной идентичности отмечают, что *персональная* идентичность представляет собой самоопределение личности в терминах физических, интеллектуальных и нравственных черт, а *социальная* – в терминах субъективной принадлежности к различным социальным категориям: гендерной, ролевой, религиозной, национальной, этнической, профессиональной и т.д. Для объяснения возможных вариантов социального поведения личности Тэджфел, опираясь на когнитивную схему в рамках своего континуума, выявил, что роль регулятора выполняет **Я-концепция, включающая в себя две равнозначные структуры – персональную и социальную идентичность**. Обращение к конструкту социальной идентичности трансформировало проблему «Я» из общепсихологического и сугубо персоналитического аспекта в социально-психологический – как результат осмысления личностью своих «границ» в социуме, в попытке ответа на вопрос «что есть и где есть человек в социальном смысле» (Белинская, Тихомандрицкая, 2009, с. 259). Таким образом, стержневыми составляющими самосознания человека являются персональная и социальная идентичность личности.

Интеракционизм и ролевая теория личности

В американской социальной психологии **интеракционизм** (от англ. interaction – *взаимодействие*) называют социальным бихевиоризмом, главной идеей которого является изучение законов человеческой природы, позволяющие преодолеть противоположность индивидуального и социального, культурного и биологического. Основателем этого направления считается Дж. Г. Мид (1863-1931). Для интеракционизма главное в человеческом поведении является взаи-

модействие (интеракция), которое происходит в процессе общения людей друг с другом. При этом предполагается, что в основе взаимодействия лежит интерпретация, создание значений, символов, опосредование непосредственных воздействий. Выход интерпретационной активности личности, её склонности наделять своё окружение значениями связано не только со структурированностью взаимодействия с группой, но, прежде всего, с особенностью личности персонифицировать себя, то есть проявлением своей индивидуальности в социальном поведении. Вполне логичным выглядит и тот факт, что **интеракционизм,** претендуя на систематическое изучение человеческого поведения, **создал свою теорию личности, известную как ролевая теория.**

Основными понятиями интеракционизма являются следующие: интеракция (взаимодействие), социальная роль, статус, Я-концепция, референтная (значимая) группа.

Соответственно им, Дж. Мид вывел формулу поведения человека, которую можно представить следующим образом:

$$B = f\ (St + R + Ref),$$

где: B – поведение человека, f – функция, St – структура личности, R – роль личности, Ref – референтность группы.

Структура личности состоит из трёх компонентов: I, Me, Self.

Первый **«I»** – (дословно – Я) – это импульсивное, активное, творческое, движущее начало личности. «I» – представляет собой спонтанные ответы на социальное воздействие других.

Второй компонент – **«Me»** – (дословно меня, то есть, каким меня должны видеть другие) – это нормативное Я, внутренний социальный контроль, основанный на учёте ожиданий и требований значимых людей, своего рода «обобщённый другой». Таким образом, «Me» – это переработанные, нормативные для личности представления о ней других людей. Данный компонент контролирует и направляет импульсивное «I» в соответствии с усвоенными нормами поведения в целях успешного осуществления социального взаимодействия.

Третий компонент – **«Self»** – («самость» человека, ядро личности) – представляет собой совокупность импульсивного и нормативного Я, их активное взаимодействие. «Самость» осуществляет функции координаций предыдущих психологических инстанций.

Понятие «социальная роль» представляет собой сложное образование. Выделяют социологический и социально-психологический аспекты этого понятия.

Социологический аспект – отражает безличную и нормативную стороны социальной роли, который связан с содержанием деятельности личности, с выполнением ею определённой социальной функции.

Социально-психологический аспект проявляется при изучении субъективных факторов социальной роли и связан с особенностями восприятия, понимания и исполнения социальных ролей.

Метафору Шекспира «Весь мир – театр. В нем женщины, мужчины – все актеры…» интракционизм проработал столь основательно, что это и стало ролевой теорией.

Само понятие «социальная роль» было введено Дж. Г. Мидом, но классическое определение социальной роли было дано в 1936 году американским социологом Р. Линтоном. Роль, по его мнению, – это динамический аспект статуса. **Статус** – это положение, которое человек занимает в обществе, его определённые позиции в структуре социальных отношений.

Как отмечает один из самых ярких представителей интракционизма Т. Шибутани, статус – это социальный процесс; человек может иметь статус только по отношению к другим, которые признают его место и общаются с ним определённым образом. Вместе со статусом человек получает соответствующие данному статусу права, обязанности, свободы и привилегии, которые он имеет благодаря своему положению. В любых обществах люди занимают относительно более высокие или низкие позиции.

Существуют множества критериев оценки социального положения: род занятий, размер дохода, образование, происхождение, этническая принадлежность, уровень интеллекта и т.д.

В относительно устойчивых обществах статус более стабилен и может быть приобретён либо путём наследования, либо прохождением чётко установленных ряда ступеней и процедур: например, рядовой инженер – ведущий инженер – главный инженер – директор.

В изменяющемся обществе, в котором меньше согласия относительно прав и обязанностей у людей различного положения, пути продвижения обозначены и менее ясно. Иерархия статусов в каждом социальном обществе различна, однако, как отмечает Т. Шибутани, «многое в поведении человека в некотором смысле направлено на то, чтобы сохранить или повысить свой социальный статус» (Шибутани,

1999, с. 229). Занимая в обществе определённый статус, человек исполняет соответствующую роль. Конкретный человек играет множество ролей (муж/жена, отец/ мать, сын/дочь, инженер, профессор и т.д.), но конкретная роль – это только отдельно взятый аспект его целостного поведения, это осуществление прав и обязанностей, связанных с определённым статусом. Таким образом, роли человека неразрывно связаны с его положением в различных группах и обществе (статусом). **Роль** – это нормативная система действий, связанная с требованиями конкретного социума при её выполнении; это ожидаемое поведение человека, в соответствии с его социальной позицией в обществе.

Существует ряд классификаций ролей, но наиболее распространённой является классификация, данная Т. Шибутани:

Межличностная роль – определяется положением человека в системе межличностных отношений в малой группе.

Конвенциальная роль – связана с общепринятыми представлениями и нормами членов сообщества о том, какое должно быть ролевое поведение (чаще всего это касается профессиональных ролей и им специально обучают).

Предписанная роль – изначально заданная роль, не зависящая от усилий личности и её особенностей, например, гендерные роли.

Достигнутая роль – роль, полученная человеком благодаря его личным усилиям. Например, руководитель, профессор, уважаемый или известный человек.

Латентные роли – возможные роли, которые может исполнять человек. Одна из этих ролей в конкретной ситуации и в конкретное время является *активной*, остальные могут оставаться латентными, но каждая из этих ролей может стать активной в зависимости от вида деятельности и обстоятельств.

Среди множества описаний типов ролей выделяется интегративная их классификация:

конвенциальные роли – жёсткие, зависящие от требований общества, к ним также относят и предписанные роли;

объективные, реальные роли – это те конкретные роли, которые выполняет в настоящее время человек и они обусловлены его условиями жизни и родом занятий (к ним относят и как межличностные, так и активные, достигнутые роли);

воображаемые роли – роли, которые человек хотел бы выполнять.

Эти роли связаны с самооценкой личности, её мотивационной сферой, ценностными ориентациями и с пониманием своих возможностей в достижении как межличностного, так и социального статуса.

Интеракционизм выделяет основные факторы восприятия и успешного выполнения личностью своей роли:

1. Представление о правах и обязанностях, связанных с данной ролью, то есть знание роли.
2. Умение выполнять данную роль.
3. Интериоризация исполняемой роли: признание самим индивидом значимости данной роли для себя, определённая мотивация в её выполнении и наполнение конкретной роли собственным личностным содержанием.
4. Соответствие Я-концепции личности и требований роли.

При возникновении противоречий в системе данных факторов возникает ***ролевой конфликт***. Ролевой конфликт – это наличие какой-либо ситуации, в которой человек сталкивается с несовместимыми ожиданиями нескольких социальных ролей и оказывается в затруднительном положении при выполнении требований, предъявляемых этим ролям. Выделены основные три типа ролевого конфликта, обозначенные как внутриличностные конфликты:

1. Межролевые конфликты (интерролевые).
2. Внутриролевые (интраролевые).
3. Личностно-ролевые.

Межролевые конфликты вызваны тем, что человеку приходиться выполнять слишком много различных ролей и поэтому он находится в затруднении, чтобы отвечать всем соответствующим и необходимым ожиданиям. С межролевым конфликтом личность сталкивается тогда, когда несколько одновременно выполняемых ею ролей предъявляют к ней несовместимые или трудно совместимые требования: успешное выполнение одной из ролей препятствует успешному выполнению другой, например, женщине сложно одновременно ориентироваться и на карьеру и на семью. В качестве ещё одного примера межролевого конфликта можно привести *маргинальный конфликт*, в котором некоторые люди вынуждены играть роли, содержащие противоречивые права и обязанности. Маргинальный конфликт проявляется в ситуациях, когда личность входит одновременно в состав двух различных групп, каждая из которых является для неё референтной (межэтнические браки, эмиграция, сельский житель, переехавший в большой город и т.д.). Для человека, сложность разреше-

ния этого конфликта заключается в трудности выбора к какой именно группе себя соотнести и однозначно идентифицировать себя с одной из этих групп. В разрешении маргинального конфликта часто требуется участие третьего лица – посредника – между личностью, вовлечённой в этот конфликт, и окружающими её группами, в помощи выбора более значимой для личности референтной группы.

Для устранения межролевого конфликта человек отбирает наиболее значимые для него роли, вплоть до отказа от некоторого ряда ролей. Это даёт возможность ему направлять свою активность и энергию на более успешное выполнение тех ролей, в которых личность может последовательно определять ситуации, отражающие позитивные реакции окружающих на выполняемые ею определённые роли и, главное, успешно интегрировать в них свою «Я» – концепцию.

Внутриролевой конфликт проявляется в ситуации, в которой человек, выполняющий ту или иную социальную роль, сталкивается с несовместимыми ожиданиями и требованиями, которые предъявляют к нему окружающие его люди как к исполнителю конкретной роли. Внутриролевые конфликты часто возникают у человека в виде недостаточного понимания своего ролевого поведения или когда сама личность имеет противоречивое отношение к субъективному исполнению данной конкретной роли. Например, мать представляет свою роль только в виде материальной заботы о ребёнке, и не достаточно понимает её для его духовного развития и воспитания. Или, в прошлом успешный руководитель – не отвечает сегодняшним требованиям и ожиданиям успешного выполнения данной социальной роли. Разрешение внутриролевого конфликта связано с когнитивными процессами в познании себя, окружающих людей и социального взаимодействия, с пониманием содержания социальной жизни в конкретное историческое время, в конкретном окружающим человека социуме.

Личностно-ролевой конфликт возникает тогда, когда ценности, потребности, представления и качества личности вступают в противоречия с выполнением ролевого поведения. Например, мягкий, уступчивый и нерешительный человек в роли руководителя должен самостоятельно принимать решения, контролировать других и быть жёстким и требовательным к подчинённым. Или, другой пример, когда христианские, нравственные ценности личности не соответствуют её роли солдата на войне. Возникает ситуация, в которой личность должна выполнять социальную роль, требующую действий

несовместимых с её Я-концепцией, с её картиной мира. В этом проявляется сущность личностно-ролевого конфликта: конфликта «Я» и социальной роли. Часто данный конфликт можно наблюдать у так называемой **«маргинальной личности».**

Понятие «маргинальная личность» от лат. margo – граница, край – ввёл в 1928 году американский социолог Р. Парк (1864-1944). Он назвал такую личность «культурным гибридом», который следует «жизни и традициям» двух различных, во многом антагонистических культурных групп. В качестве яркого примера такой личности служит личность эмигранта. Но маргинальная личность это, конечно, не только эмигрант, беженец, переселенец и т.д., а это личность, которая занимает промежуточное положение между социальными группами членства (семья, коллектив и т.д.) и референтными, что часто и приводит маргинального человека к серьёзным межролевым конфликтам. Однако при благоприятных обстоятельствах такая личность может выполнять роль своеобразного моста между разными субкультурами и, в соответствии со своими представлениями о нравственных и культурных ценностях, пытается для себя разрешить свой *внутриличностный конфликт* через установление личностно-ролевого поведения в других социокультурных условиях. Таким образом, как утверждает Р. Парк, маргинальны те люди, которые находятся на границе между двумя или более социальными мирами, но, либо не принимаются ни одним из них как полноправные участники, либо сам человек полностью не принимает ни один из этих миров. Среди основных признаков маргинального человека, Парк отмечает следующие признаки:

- серьёзные сомнения в своей личной ценности;
- неопределённость связей с друзьями;
- страх быть отвергнутым;
- застенчивость в присутствии других;
- тенденция избегания неопределённых ситуаций;
- чувство одиночества и уверенность в том, что окружающие относятся к ним несправедливо и излишне требовательно;
- стремление к мечтательности;
- излишнее беспокойство о будущем;
- боязнь рискованных предприятий, чтобы не быть униженным.

Все эти признаки в полной мере относятся и к подростковому возрасту, который носит название маргинального периода в развитии человека. В этот период личность находится в поиске и открытии

себя, происходит формирование «Я». *Маргинальная позиция подростка* во многом заключается в том, что он находится между различными субкультурами (родителей и сверстников), происходит усвоение моделей ролевого поведения, интернализация ценностей, установок, социальных требований и структур самосознания.

Существуют индивидуальные различия в том, как человек справляется с подобного рода конфликтами, но люди, в том числе и подростки, занимающие маргинальное положение периодически оказываются в ситуациях, в которых вероятность конфликтов со значимыми другими максимальна и принятие маргинального человека окружающими его людьми и обществом часто носит негативный оттенок. В этой неоднозначности состоит основная психологическая дилемма маргинальной личности и основная составляющая её ролевых конфликтов. Однако, Р. Парк, И. Кон, Ч. Кули, М. Кун, А. Маслоу, Т. Шибутани и другие подчёркивали, что маргинальная личность может проявляться и как творческая. Происходит определённая маргинализация личности: расширяется видение картин мира, происходит актуализация внутренних механизмов адаптации к изменяющимся условиям, поиск себя и своих творческих возможностей, активизируются интегративные процессы индивидуализации и самоактуализации личности. Замечено, что в любой культуре наибольшие достижения и многие из великих вкладов в мировую культуру часто были сделаны именно маргинальными личностями.

В интеракционистском подходе личность человека рассматривается как формирующаяся в процессе взаимодействия с окружающими. Г. Оллпорт, как и большинство американских бихевиористов, принимал ролевую концепцию личности и на основе личностного конструкта бихевиоризма S = N = R, создал свою схему ролевой теории (рис. 1).

На этой схеме наглядно видны такие аспекты ролевой теории, как:

- требования социума в представлении других людей о том, как должен вести себя человек, выполняя определённую роль в обществе;
- собственное представление личности о том, как она должна выполнять или отклонять ту или иную роль в соответствии со своими убеждениями и представлениями о ней, согласуя со своими личностными особенностями;
- наблюдаемое поведение человека, выполняющего определённую роль, занимающего определённую ролевую позицию при взаимодействии с другими людьми.

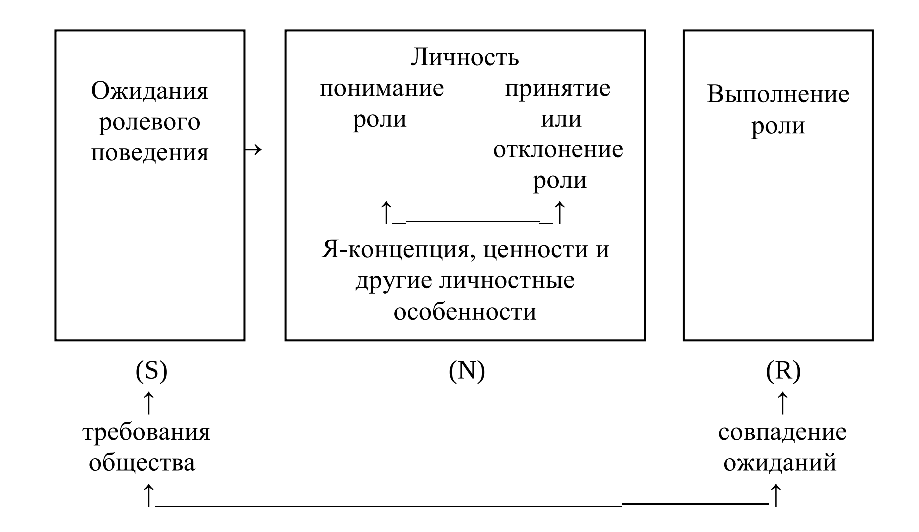


Рис. 1. Схема ролевой теории (по Г. Оллпорту)

Интеракционистский подход пытается охватить единым объяснением основные сферы взаимодействия личности и её социального окружения и среди доминирующих в нём точек зрения выделяются и гештальтпсихология, и теория научения, и когнитивная психология, и некоторые теории психоанализа, но квинтэссенцией интеракционистского подхода является «теория ролей» или «теория Я».

Несмотря на то, что интеракционизм часто относят к социологической ветви социальной психологии, личность рассматривается в нём как определяющая её социальное и психологическое поведение.

Таким образом, в центре научного внимания социальной психологии личности находятся: проблемы самосознания, Образа-Я и Я-концепции, выполнение социальных ролей, ролевые конфликты, персональная и социальная идентичность, а также изучения закономерностей человеческой природы, позволяющей преодолеть противоположности индивидуального и социального, культурного и биологического, взаимодействия личности и общества.

Глава 4

СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТИ

Понятие социализации

Социализация – важнейшее понятие социальной психологии, означающее вхождение человека в общество. Процесс социализации неизбежен для каждого живого существа, появляющегося на свет в человеческом обществе. С первых мгновений своего рождения и на протяжении всей жизни любой из нас включен в те или иные группы (большие и малые) – семья, дружеская компания, школьный класс, трудовой коллектив, нация, профессиональное сообщество… С возрастом мы осознаем свою включенность в социальные группы, младенец же об этом еще не подозревает, в одни группы мы стремимся, членство в других нас тяготит. Но именно через общение в социальных микро- и макроструктурах осуществляется процесс социализации – приобщение человека к культуре и становление индивидуальности.

Можно сказать, что предпосылки социализации конкретного индивида существуют до его рождения на свет, поскольку заранее понятно, в какой культуре, в каком слое общества, в какой семье предстоит развиваться потенциальной личности.

Появляясь на свет индивидом – биологическим организмом с предпосылками социализации, любой представитель человеческого рода становится личностью – носителем социальности. Это единство биологического и социального было обозначено еще Аристотелем в определении человека, как общественного, политического животного.

Вхождение в общество и приобщение к культуре выражается в конкретных процессах. А.Л. Свенцицкий определяет социализацию как «…процесс, посредством которого индивид становится членом общества, усваивая его нормы и ценности, овладевая теми или иными социальными ролями» (Свенцицкий, 2014, с. 116).

Социализация – двусторонний процесс, который предполагает не только влияние общества на человека, но и активное участие личности в воспроизводстве усвоенного опыта, созидании среды и общественной жизни. Так, по Г.М. Андреевой, социализация личности – это двусторонний процесс усвоения индивидом социального опыта и активного воспроизводства им системы социальной связей за счет активной деятельности, активного включения в социальную среду

(Андреева, 2009). На эту связь внешних влияний и внутренних (личностных) факторов указывал С.Л. Рубинштейн, говоря о том, что «…личность выступает как воедино связанная совокупность внутренних условий, через которые преломляются все внешние воздействия» (Рубинштейн, 1957, с. 308).

Одновременно с усвоением общепринятого в культуре (нормы, ценности, роли) в процессе социализации формируются и уникальные черты, характеризующие отдельного человека. «Социализация имеет две функции: передача культуры от одного поколения другому и развитие Я» (Свенцицкий, 2014, с. 117).

Для того чтобы процесс социализации запустился и протекал (с различной степенью успешности) необходимо выполнение двух условий:

- Первое, *биологическое* – наличие относительно здорового головного мозга, отсутствие грубых нарушений в субстрате психики. Следует отметить, что компенсаторные возможности человеческой психики огромны и совершенно точно еще не исследованы до конца. Вероятность запуска процесса социализации минимальна или отсутствует лишь в случаях грубейших нарушений мозговой структуры, что становится уже предметом клинической или специальной психологии.
- Второе, *социально-психологическое* – общение с другими людьми. С момента рождения человеческое дитя оказывается в контакте, взаимодействии с людьми, прежде всего, членами своей семьи. Это общение поначалу состоит из прикосновений, удовлетворения простейших витальных потребностей в пище, воде, безопасности и лишь постепенно наполняется обменом словами, чувствами, установлением и развитием отношений. Только в человеческом общении ребенок начинает осваивать речь, всегда заговаривая к определенному периоду развития на родном языке. Для усвоения традиций, норм, правил поведения, овладения социальными ролями необходимо, чтобы кто-то их транслировал, ребенок должен иметь возможность, как минимум, наблюдать поведение людей и взаимодействие между ними. Отсюда становится понятным, почему человек усваивает нормы именно только той культуры и социального слоя, в котором растет и развивается. Наблюдение за поведением и общением окружающих начинается очень рано, когда ребенок еще не в состоянии осознавать и усваивать модели и нормы намеренно, но тем прочнее, не будучи критически осмысленны, эти первые влияния оседают в нашей памяти.

Процесс социализации личности длится всю жизнь человека. А его результаты сохраняются и позже в продуктах деятельности личности – построенных домах, написанных книгах, произведениях искусства, научных открытиях, ставших достоянием человечества, если их творцы обладали талантами и способностями. Для самого же незаметного и ничем не примечательного человека «следы» его социализации остаются в детях, которым он передал опыт старших поколений, полученный им в свое время от родителей и учителей и дополненный своим.

Внутри единого процесса социализации можно выделить два взаимодополняющих вектора. Первый – интериоризация, собственно *усвоение* и присвоение социального опыта, транслируемых знаний, ценностей, норм. Комплементарный интериоризации процесс – экстериоризация, под которой понимается *реализация* собственных способностей в деятельности, трансляция культурных норм и правил следующим поколениям. Соотношение интерио- и экстериоризации в процессе становления личности меняется с возрастом. Чем младше ребенок, тем больше и активнее он осваивает, узнает, научается, чем старше, тем больше отдача и трансляция. Однако в жизни человека не существует периода, когда бы какой-то из указанных процессов сводился бы к нулю. Малыш, отвечая на прикосновение матери улыбкой, демонстрирует усвоенную социальную форму поведения, зрелый человек, осваивая новый вид деятельности, продолжает учиться и расширять свою социальную сущность. Последнее приобретает особую актуальность в настоящее время. Динамичность, изменчивость, неопределенность, как характеристики современности, требуют от личности особых навыков – быстрой обучаемости, гибкости, готовности к освоению новых форм деятельности и непривычных форм поведения в любом возрасте.

Социализация всегда конкретна, это процесс развития человека в конкретную историческую эпоху, в определенной культуре, при том или ином государственном строе. Как личности мы всегда представители своей культуры, своей эпохи, нации, конфессии.

В процессе социализации формируется система ценностей человека, формируется структура его личности. В социально-психологическом контексте последняя представлена системой социальных ролей, которые исполняет человек в своей деятельности и отношениях.

Теория ролей обладает значительным объяснительным и прогностическим потенциалом относительно социального поведения личности, в настоящее время используется в различных социально-психологических концепциях и смежных науках. Социальная роль определяет диапазон поведения, ожидаемый от человека, имеющего определенный социальный или межличностный статус в той или иной ситуации или группе. Примеры социальных ролей: *семейные* – мать, отец, муж, жена, брат, сестра, *профессиональные* – педагог, врач, руководитель, исполнитель, *командные* – лидер, эксперт, последователь, *дружеские* – душа компании, «заводила», помощник.

Ролевая теория возникла в рамках концепции символического интеракционизма Дж. Мида и получила развитие в работах его последователей (Андреева, 2009; Шибутани, 1999). Формирование и расширение ролевого репертуара личности – способности четко осознавать свой статус в различных социальных ситуациях и владеть соответствующим набором поведенческих паттернов – важнейшая задача социализации.

Механизмы социализации

Что же побуждает человека усваивать, принимать, а иногда критически осмыслять ценностные и культурные влияния, влияющие на его социальное становление? Какие механизмы лежат в основе процесса социализации?

<u>Подражание</u>

Хронологически первым механизмом усвоения социального опыта становится *подражание* – преимущественно неосознаваемое копирование наблюдаемых образцов и моделей поведения. Инстинкт подражания является у человека врожденным, повторение, копирование того, что наблюдает ребенок, лежит в основе того, что он встает на две ноги, произносит первые слова на родном языке. Для того, чтобы эти события произошли, надо чтобы ребенок мог видеть такие проявления у тех, кто рядом с ним. Если ребенок не будет слышать человеческую речь, он, имея здоровый речевой аппарат, не заговорит. Обладая анатомическим строением скелета и позвоночника, позволяющего прямохождение, ребенок не станет передвигаться на двух ногах, если не имеет возможности наблюдать такой способ передвижения. Подражая, ребенок впервые «примеряет» на себя социальные роли, играя в определенном возрасте (4-6 лет) в сюжетно-

ролевые игры – «дочки-матери», «магазин», «водитель». Этот необходимый этап в развитии, так и называется «возраст игр».

По мере взросления подражание дополняется другими более сложными формами усвоения социального опыта, но проявление инстинкта копирования мы можем наблюдать на протяжении всей жизни человека. Подражание кумирам, свойственное подросткам, сходство, которое замечают у людей, долго состоящих в близких отношениях: мать и дочь, отец и сын, супруги в длительном браке. В последних случаях «эффект похожести» достигается прежде всего из-за сходства в невербальном поведении, образцы которого усвоены в результате подражания. Наиболее известным социальным явлением, связанным с подражанием, является феномен моды.

В силу малой осознанности субъектом того, что он копирует чье-то поведение, а следовательно, сниженного контроля и критичности, все то, что усвоено посредством подражания очень глубоко и основательно «оседает» в опыте личности. Если же усвоенные в результате подражания паттерны поведения оказываются неконструктивными, для их коррекции необходимо осознание и анализ, что зачастую становится непростой задачей.

Идентификация

Идентификация более сложный, чем подражание, процесс, затрагивающий уже не только внешние, поведенческие проявления, но более глубинные личностные образования. Идентификация определяется как частично осознаваемый психический процесс уподобления себя другому человеку или группе людей. Через это отождествление себя с Другим происходит осознание и принятие себя как носителя определенных социальных ролей (образующих социально-психологическую структуру личности) и представителя той или иной социальной группы и общности.

Для идентификации также, как подражания, необходим образец, которым становится Другой, с которым личность вступает во взаимодействие. В соотнесении себя с Другим реализуется важнейшая функция социализация – формирование Я-концепции, системы представлений о себе и отношения к себе.

Важную роль играет идентификация в процессах социальной перцепции, позволяя приблизиться к пониманию смыслов и переживаний партнера по общению (Андреева, 2005).

Воспитание

Воспитание иногда рассматривают как синоним социализации. Однако, являясь базовым и фундаментальным механизмом становления личности, воспитание охватывает лишь часть влияния социума на человека. Воспитание – процесс *целенаправленного* воздействия на личность для формирования определенных качеств, привычек, трансляции ценностей и норм поведения. В процессе воспитания, в отличие от подражания и идентификации, всегда присутствует осознанное и целенаправленное влияние. Родитель, педагог, старший, занимаясь воспитанием, знает, какие качества он хочет развить, чему научить, какие привычки сформировать… При этом, зачастую, наивно игнорируется тот факт, что менее контролируемое (естественное) поведение родителей, педагогов, руководителей может оказывать не менее сильное влияние на ребенка, партнера по общению, подчиненного. Существенно, что воспитательное воздействие ориентировано на осознанное восприятие со стороны «объекта» воспитания, и, следовательно, может встречать критику и неготовность следовать призывам со стороны воспитателя.

Этапы и стадии социализации

Социализация – процесс, который сопровождает человека на протяжении всей его жизни. Временная продолжительность процесса социализации, естественно, предполагает этапность.

Взгляды авторов на дифференциацию этапов социализации в значительной степени связаны с ориентацией на ту или иную периодизацию стадий возрастного развития.

В социальной психологии довольно распространенным является выделение следующих стадий социализации:

1) ранняя (до поступления в школу);

2) обучение (до получения профессионального образования);

3) социальная зрелость;

4) завершение жизненного цикла (с момента завершения трудовой деятельности) (Свенцицкий, 2014).

Предложенная классификация этапов социализации нуждается в коррекции с учетом реалий современного мира. Общепринятой нормой стала непрерывность образования, независимо от профессиональной занятости человека, чему-то новому можно учиться, достигнув формально пенсионного возраста. Дискуссионным является вопрос о социальной зрелости, связанной с реализацией себя в профес-

сиональной деятельности. Характеристикой современного мира является отмирание профессий и возникновение новых. Такая ситуация может потребовать от человека готовности приобретать новые профессиональные навыки, постоянно «спускаясь» на стадию обучения в зрелом возрасте.

Более «надежным» становится выделение этапов, связанных с детским, подростковым, юношеским и взрослым возрастом, что закономерно ассоциируется с возрастными стадиями развития, не столь детерминированными социальным контекстом.

Процесс социализации имеет на каждом из этих этапов определенную специфику, которая определяется:

- соотношением процессов интерио- и экстериоризации;
- уровнем критичности личности к внешним воздействиям, обусловленным развитием интеллекта и сформированностью собственной картины мира;
- степенью активности и самостоятельности личности в принятии решений;
- ожиданиями окружающих от личности относительно достижения определенных результатов развития.

Когда речь идет о дошкольнике, мы имеем дело с минимальным количеством жизненного опыта и владения жизненными навыками, недостаточно сформированным интеллектом, активно формирующимися иными психическими функциями. Воздействия и влияния воспринимаются с минимальным количеством критики. Взрослые в этот период образцы для подражания, модели для идентификации и активные субъекты воспитания, транслирующие, практически безусловно принимаемые, нормы и правила поведения. В этот период закладываются глубинные стереотипы, в дальнейшем оказывающие влияние на отношение к различным сторонам действительности. При этом взрослым, включенным в процесс социализации дошкольника, предстоит столкнуться с сопротивлением, порожденным ограничением «естественных» индивидуальных потребностей и желаний ребенка. Контролировать потребности, сдерживать эмоции, прикладывать усилия или отказываться от чего-то – непростая задача для маленького человека. Но без развития навыков контроля и выражения естественных потребностей невозможна социальная жизнь человека. Существование и развитие в социуме ставят нас перед необходимостью соотносить свои потребности и чувства с потребностями и чувствами других. Не сразу и не всякий ребенок готов смириться с такой перспективой.

Школьный возраст – период значительных качественных изменений во всех сферах психической и социальной жизни человека. Первоклассник только начинает осваивать правила общения со сверстниками и другими взрослыми, во внешней среде он уже не имеет столько заботы и внимания которые были предоставлены в родительской семье. Выпускник – это личность с сформированной системой ценностей, ролевым репертуаром, определенным уровнем интеллектуального развития, стоящая перед глобальным выбором профессионального самоопределения. Пройден огромный путь, процессы интериоризации и экстериоризации почти уравновешены. Социализирующие влияния встречают все более осознанное, осмысленное, критичное восприятие, вписываются в сформированную индивидуальную картину мира личности, иногда, встречая сопротивление и становясь источниками внутренних конфликтов. Эти тенденции можно увидеть уже в старших классах школы, они имеют продолжение на этапе обучения в вузе или другом образовательном учреждении.

Но социализация на этом не заканчивается. В течение всей жизни человек находится во взаимодействии с общественными институтами, другими людьми, реализуя свой потенциал в деятельности и отношениях. В соответствии с возрастной классификацией этапов развития, речь идет о взрослости или зрелости. Это период наиболее активной жизнедеятельности личности, создания семьи, реализации себя в профессиональной карьере.

Стадия социализация, связанная с подведением итогов, активной экстериоризацией в продуктах деятельности, передачей опыта следующим поколениям ранее называлась послетрудовой. Но общественные изменения последних десятилетий ставят под вопрос такое обозначение. Вызовы внешней среды требуют активности личности, включая непрерывное образование, приобретение новых навыков, освоение новых форм деятельности. Можно говорить о выделении новой стадии социализации, характерной для зрелой личности – вторичное (непрерывное) обучение.

Приведенная выше периодизация стадий социализации личности носит «хронологический» характер. Взрослея, человек последовательно переходит из одной стадии в другую. Другой подход выделяет первичную и вторичную социализацию. Под первичной социализацией понимается формирование системы межличностных отношений, под вторичной – формирование системы социальных отношений личности. Очевидно, что в реальной жизни человека эти стадии взаимосвязаны.

Агенты и институты социализации

Процесс социализации личности связан с огромным количеством взаимовлияний людей друг на друга. Структурировать это множество влияний позволяет введение понятий агентов и институтов социализации.

К основным институтам социализации относятся семья, образовательные учреждения, организации, в которых реализуется трудовая деятельность личности.

Уже в конце XX века И.С. Кон, анализируя особенности современных развитых обществ, обращает внимание на одну из важнейших их характеристик – множественность институтов социализации, каждый из которых развивается по своим собственным законам. Это обстоятельство ставит формирующегося молодого человека перед непростым выбором своего жизненного пути, ориентации в сложном социальном мире. В этих условиях, как отмечает И.С. Кон, усиливается *вероятностный* характер социализации. «То, что главные институты социализации не складываются в единую иерархическую систему, существенно повышает автономию личности от каждого из них в отдельности, причем эта автономия объективно необходима для формирования гибкой, творческой личности, способной самостоятельно принимать решения, противостоять внешнему давлению. Вместе с тем, в автономии заложена также и вероятность различных социальных аномалий, отклоняющегося поведения и т.д.» (Кон, 1989, с. 19). Очевидно, что в современном обществе эти тенденции лишь усилились.

Семья хронологически является первым институтом социализации личности. Ее влияние на формирование личности трудно переоценить. Именно в семье закладываются на уровне безусловного принятия, поскольку изложены непререкаемыми авторитетами – родителями, первые ценности личности. Подражание поведению старших членов семьи становится основой системы поведенческих паттернов человека. Можно наблюдать, как спустя много лет, в собственной семье молодые супруги демонстрируют супружеское ролевое поведение, скопированное у родителей в детстве. Причем от партнера ожидается также поведение знакомое из опыта родительской семьи. Семейная ситуация влияет на формирование основ самооценки и самопринятия личности. Последствия таких воздействий можно наблюдать на протяжении всей жизни человека.

Важнейшие составляющие структуры личности – этническая и религиозная идентичность, также закладываются в детстве, а, следовательно, в семейной социализации.

Вектор социализации, выстроенный относительно семейных ценностей, традиций и правил, дополняется в дальнейшем влияниями и моделями поведения, с которыми человек встречается в образовательных учреждениях. Формирующейся личности предстоит столкнуться с цепочкой: детский сад, школа, профессиональное учебное заведение (вуз, техникум, колледж). Следует упомянуть о многочисленных учреждениях дополнительного образования – кружки, секции, клубы, а также тот факт, что, если ребенок не посещает детский сад, школу, а юноша вуз или техникум, институтов социализации, связанных с образованием и обучением, ему все равно не миновать. Форма будет несколько иная, но содержание процессов сохранится – приобретение умений, навыков, развитие компетенций, профессионализация. Социально-психологическая функция же любых образовательных систем состоит в приобретении опыта взаимодействия с «другими» взрослыми и сверстниками, что становится с возрастом все более значимым. Сфера информационных и ценностных потоков, воздействующих на личность, постепенно расширяется в результате взросления. Неизбежно столкновение с иными, нежели принято в родительской семье, мнениями, суждениями и установками. По мере развития интеллекта и индивидуального мировоззрения эти воздействия воспринимаются уже через призму собственной картины мира. Именно в образовательных учреждениях формируется важнейший круг социализирующих воздействий, сформированный группами сверстниками. В подростковом возрасте, который выпадает на период обучения в школе, потребность в общении с ровесниками становится ведущей. В пространстве подросткового общения решаются важные задачи возраста – расширение ролевого репертуара, обретение статуса в группе, новый виток формирования самооценки на основе социального сравнения с «такими же, как я» (Крайг, Бокум, 2008). Такой опыт уже невозможно приобрести в семье.

Процесс обучения связан с необходимостью прилагать усилия и достигать результаты. Успешность в сфере обучения, наряду с приобретением авторитета в подростковой среде, сказывается на формировании и укреплении самооценки, а также закреплении мотивации достижения/избегания неудачи.

Расширение сферы социализирующих факторов, которое происходит в образовательных учреждениях, приводит к столкновению личности с общественными трендами, тому, что называется политической социализацией личности – формированием ее гражданской позиции.

В профессиональной деятельности (в организации, учреждении, на производстве) социализация продолжается, преимущественно, в формате экстериоризации накопленного опыта и приложении сформированных профессиональных компетенций. Наблюдается воздействие на личность организационной культуры с ее ценностями, нормами и процессами. Продолжается процесс накопления и/или использования социального капитала личности, который можно рассматривать как один из результатов социализации.

Институты социализации безличны. Реальное взаимодействие происходит с живыми людьми, с которыми мы вступаем в контакт: родители, братья/сестры, учителя, тренеры, одноклассники, коллеги… Все эти люди – представители тех или иных институтов социализации, объединены термином агенты социализации. Именно в непосредственном общении с ними происходит трансмиссия, верификация и присвоение социального опыта.

Первые и возможно самые значимые в становлении личности агенты социализации – члены семьи, сначала родительской, затем собственной. Семейное окружение образует пул первичных агентов социализации.

В различных теориях указывается на глобальную значимость отношений ребенка и матери в первые месяцы и годы жизни (Бурменская, 2009; Кле, 1991; Кон, 1989, 2003; Крайг, Бокум, 2008). В эпигенетической теории Э. Эриксона это формирование базового доверия, которое затем сопровождает человека на протяжении всей жизни, будучи сформированным на основе близости, телесного контакта, сигналов о безопасности и защищенности, которые можно получить только от матери. В случае несформированного базового доверия личность на протяжении всей жизни испытывает недоверие и угрозу от окружающего мира, что может выражаться в трудностях коммуникации с партнерами, особенно при выстраивании близких отношений (Кле, 1991).

В последние годы получила известность и широко транслируется теория привязанности, авторство которой принадлежит Дж. Боулби и его последователям психоаналитического направления (Крайг, Бокум, 2008). Суть теории привязанности состоит в том, что ребенку необхо-

димо получить от матери (или лица заменяющего ее) запас прочности и уверенности в безопасности, что затем помогает ему справляться с угрозами, сложностями и вызовами окружающего мира. Привязанность – чувство близости, возникающее при ощущении симпатии, преданности, эмоциональной близости между ребенком и родителем. Исследования последних десятилетий показывают, что влияние привязанности к матери не ограничивается ранними этапами детства, но распространяется и на взрослую жизнь. При этом сфера влияния привязанности оказывается шире области собственно детско-родительского взаимодействия, охватывая дружеские и романтические отношения со сверстниками и партнерами (Бурменская, 2009).

По мере взросления человека круг его общения расширяется и в определенный момент выходит за рамки семейного окружения. Приобретается опыт взаимодействия со сверстниками, которые также являются агентами социализации. Общение с ровесниками, которые обладают сходным набором социального опыта, не связано с трансляцией норм и правил. Здесь важнее получение опыта коммуникации, оценки, анализа того багажа, который получен в результате действия первичных агентов социализации – представителей семейного круга. В общении со сверстниками опыт социализации, полученный в семье, подвергается верификации, сталкиваясь с тем, какие нормы, ценности, установки вынесли из своего другие. Общение со сверстниками, в отличие от взаимодействия с родными, более жесткое и прямое. Здесь не всякий ориентирован на поддержку и безусловное принятие, каждый отстаивает свое место, структурирует свою ролевую систему, получает честную обратную связь о том, как меня видят другие.

Значимость взаимодействия со сверстниками достигает пика в подростковом возрасте, который многими исследователями рассматривается как концентрация возрастных задач. Это этап осознания и структурирования своей социальной сущности – достижение идентичности. Формируется система ценностей, расширяется ролевой репертуар, активно протекают процессы профессионального самоопределения, достижения гендерной идентичности (Кле, 1991). В подростковом возрасте изменяется референтная группа. Если раньше, несмотря на активное приобретение опыта социального взаимодействия в более широкой среде, референтность была прочно закреплена за семьей и ее ценностями, для подростка эталоном и источником норм становятся сверстники. С ними идет социальное сравнение, что чрезвычайно важно для формирования и закрепления самооценки,

именно они становятся источниками норм и правил поведения (Крайг, Бокум, 2008).

Агентом социализации, сила влияния которого возрастает в современном мире, являются СМИ. Пространство развития современных подростков – информационная среда, что естественно находит отражение в специфике формирования личности. Сегодня мы имеем дело не просто с возрастанием роли СМИ, как социализирующего фактора, что наблюдалось и ранее, но с качественным преобразованием. Речь идет, прежде всего, об интернете.

Технологические изменения критично отражаются на всех сферах жизни людей любого возраста. Исследователи в области возрастной и социальной психологии, занимающиеся вопросами интернета, говорят о цифровой социализации как важнейшей характеристике развития личности в эпоху третьей и четвертой индустриальной революции (Солдатова, 2018).

До недавнего времени влияние СМИ как агента социализации признавалось, но рассматривалось как вторичное по отношению к трансляции ценностей и норм в непосредственном общении. Однако виртуальная реальность становится в настоящее время практически равноценной, если не более значимой, чем остальные агенты социализации по степени своего влияния на личность. Ребенок оказывается погруженным в информационную среду очень рано, до вступления человечества в цифровую эпоху в этот возрастной период никто не мог конкурировать по силе влияния с семьей.

Позднее общение, поиск информации, решение учебных задач (реферат, курсовая, презентация) в цифровом пространстве ускоряются и облегчаются, что повышает привлекательность, а значит мотивацию молодого человека к использованию именно интернет-инструментов. Учитывая более быструю, нежели у взрослых (родителей и педагогов) адаптацию детей и подростков к технологическим изменениям, мы сталкиваемся с уникальной (по крайней мере, на сегодня), несущей в себе ряд рисков ситуацией неуправляемости воздействия на личность, как минимум, снижения контроля взрослых над процессом. Раньше, с разной степенью успешности, целенаправленные усилия родителей и педагогов по формированию «заданной» модели личности приводили к относительно определенным и прогнозируемым результатам. Но процесс социализации шире и вариативнее процесса воспитания (Кон, 2003; Андреева, 2009). И сегодня вектор воздействия социальной среды от нормативного и целена-

правленного, реализуемого общественными и образовательными институтами, смещается в сторону хаотичных и спонтанных информационных «атак».

В сети возможно анонимное общение, что расширяет границы нормативности поведения, шире возможности активной самопрезентации, общения под чужим именем или даже фантазийной биографией. С одной стороны, такие возможности несут в себе потенциал «расширения» границ «Я», позволяют выйти за рамки привычных стереотипных паттернов поведения. Данные исследований свидетельствуют о том, что общение и самопрезентация в интернете отличается большей уверенностью, агрессивностью, меньшей нормативностью, следовательно, раздвигает границы самопознания. С другой стороны, налицо риски формирования и закрепления «иллюзорной» Я-концепции, не находящей отражения в реальном поведении.

Особую роль влияние интернета приобретает, когда речь идет о социализации подростков. Подростковый возраст является в определенной степени пиковым, переломным этапом в развитии личности – структурируется система ценностей, обретается идентичность, происходит окончательная автономизация от родителей (либо закрепляется инфантильность и симбиоз). Это приводит к тому, что подросток отказывается (зачастую, демонстративно) от старых (родительских) авторитетов, при этом сильно нуждается в ориентирах и точках опоры, для того чтобы справиться с напряжением, обеспечить «внутреннюю» безопасность и структурированность картины мира. Влияния со стороны интернета с легкостью заполняют этот вакуум, зачастую без всякой фильтрации, критики и объективной оценки.

На сегодняшний день социальная психология скорее констатирует факт возрастания значимости интернета как агента социализации. Оптимизация этих процессов, нахождение гармонии между цифровизацией и гуманизацией – вопрос, ждущий своего решения.

Сферы и направления социализации

Целостный процесс социализации разворачивается и реализуется с различной степенью успешности в трех направлениях.

Первый вектор социализации связан с развитием когнитивной сферы, как инструмента адаптации человека к окружающей среде. Институтами социализации в этой области являются прежде всего образовательные учреждения. Приобретение навыков и умений начинается раньше, с овладения речью, письмом, чтением, что проис-

ходит еще в семье. Промежуточным итогом социализации в этой сфере становится профессиональный выбор, за которым следует обучение и реализация способностей и приобретенных компетенций. Следует заметить, что эта сфера социализации личности наиболее значима и востребована в целом.

Современный мир характеризуется значительными изменениями в сфере профессиональной социализации. Развитие технологического прогресса приводит к возрастанию динамичности в требованиях к профессиональным компетенциям личности. Возникают новые профессии, отмирают старые. Сегодня успешность личности в профессиональной сфере требует гибкости, готовности к изменениям и постоянному саморазвитию.

Вторая сфера социализации – общение и установление отношений. Результаты социализации в этой области связаны с накоплением социального капитала личности, развитием и структурированием системы межличностных отношений. Эти задачи реализуются непосредственно в процессе общения. Показателями успешности социализации в коммуникативной сфере можно считать широту ролевого репертуара личности, количественные и качественные характеристики ее социального капитала, способность к установлению и сохранению глубоких межличностных отношений. Чаще всего такие отношения реализуются через создание семьи.

«Объективный» показатель результатов социализации в сфере общения – межличностный статус человека в тех группах, в которые он включен.

Третья, самая глубинная и «субъективная» сфера социализации – формирование самосознания и Я-концепции личности. Успешность социализации в этом направлении наиболее значима для отдельного человека, поскольку связана с его психологическим благополучием, личностным здоровьем. Социализация в сфере индивидуального развития находит отражение в концепциях самореализации, формирования идентичности, а также субъективного благополучия личности.

Будучи ориентированными во внутренний мир личности, связанными с рефлексией, самопринятием, самооценкой, самоуважением, процессы формирования самосознания невозможны без активного взаимодействия с окружающей средой, отражения внешних сигналов о себе от Других.

Такой подход представлен еще в начале XX века в концепции «Зеркального-Я» Ч. Кули (Свенцицкий, 2014). Образ-Я формируется

прежде всего на основе оценок и мнений других. Особенно важно это в детстве, когда еще нет критики по отношению к внешним сигналам, недостаточно ресурсов для анализа и оценки своих действий и характеристик. По мере взросления внимание личности к мнению других людей о ней индивидуализируется. Для кого-то имеет чрезвычайную важность, такого человека называют зависимым от общественного мнения. Кто-то воспринимает обратную связь о себе от других более рационально, не столь чувствителен к критике. Но образ себя всегда выстраивается относительно общественных и групповых ориентиров и эталонов, в социальном сравнении с другими людьми. Это проявляется в широко известном эффекте социального сравнения.

Важнейшую роль в формировании Я-концепции личности играют процессы социальной перцепции – восприятия друг друга партнерами по общению. Механизмами формирования образов партнеров по общению являются идентификация и рефлексия. Идентификация и рефлексия рассматриваются как механизмы социальной перцепции (Андреева, 2005).

Успешность социализации в каждой из трех указанных областей может быть неравномерной. Достижение профессионального мастерства и статуса не всегда сочетается с удовлетворенностью браком. Имея семью и построив карьеру, можно переживать одиночество и неудовлетворенность собственной жизнью. Верно и обратное, не достигнув высот в карьере и даже не имея семьи, человек пребывает в гармонии с самим собой.

Современные исследования социальных психологов связаны с анализом двунаправленности социализации, «с изучением не только внешней успешности социализации, не только просоциального поведения, но и внутренних условий достижения этого результата, в первую очередь, субъективной удовлетворенности человека и его психологического благополучия» (Вереитинова и др., 2016, с. 5).

Взгляд на результаты социализации на том или ином этапе развития, основанный на соотнесении просоциальности поведения (усвоение и трансляция норм и традиций, социально-значимая деятельность) и субъективной удовлетворенности личности жизнью позволяет выделить 4 исхода социализации:

- позитивная – просоциальное поведение сочетается с субъективной удовлетворенностью;

- криминальная (деструктивная) – субъект удовлетворен своей жизнью, но его поведение асоциально;
- нарушенная (дезадаптивная) - предполагает просоциальное поведение, которое сочетается с разочарованностью, потерей смыслов;
- негативная – асоциальное поведение сопровождается разочарованием и отсутствием удовлетворенности.

Позитивную социализацию обеспечивают широта ролевого репертуара, принятие норм и традиций культуры, успешная профессиональная деятельность, которая сопровождается субъективной удовлетворенностью, переживанием полноты своего бытия, ощущением счастья.

Глава 5

СОЦИАЛЬНЫЕ УСТАНОВКИ И ПОВЕДЕНИЕ

Г. Оллпорт в 1935 году писал, что впервые понятие «установка» было использовано в 1862 году Гербертом Спенсером в работе «Первые принципы», в которой появилось такое понятие как духовная установка (attitude of mind). Первоначальное значение термина «attitude» – от латинского «aptus», переводится как адаптивность, приспособляемость. Термин «attitude» – одновременно английское и французское слово, которое переводится как «отношение». В отечественной социально-психологической литературе термин «attitude» переводится как «социальная установка», хотя точным переводом было бы «отношение», «социальная позиция».

Непосредственно под социальной установкой понимается – ценностная ориентация (А.Г. Здравомыслов, В.А. Ядов, И.С. Кон), ценность (Ш.А. Надирашвили), мнение (Дж. Миллс), черта личности (Г. Оллпорт), единица личности (Р.Л. Гертцог), позиция личности (А.М. Яковлев, В.В. Столин), внутренняя позиция (Л.И. Божович), механизм (П.А. Вихалемм), фактор деятельности (В.В. Загладина, Ф.Д. Рыженко), тенденция (А.Р. Ратинов, Д. Кац, Стотленд, Э. Богардус), аттракция (Л.Я. Гозман), социальная позиция (Н.Н. Корнев), преднастройка (К. Халл), настройка (Х. Хосингтон), направленность (Н. Майер), промежуточная переменная (О. Мауер, Э. Толмэн), код поведения (Х. Дейкер, Н. Фрайда) и т.д.

При изучении социально-психологического феномена социальной установки необходимо пройти четыре ступени методического анализа проблемы.

1. Классифицирующая феноменология (что это?).
2. Структурная феноменология (как это?).
3. Структурные определения сущности (почему это?).
4. Функциональное определение сущности (для чего это?).

Основные проблемы в изучении социальной установки могут быть сгруппированы в следующих направлениях изучения:

1) проблема формирования установки;
2) измерения установок и их изменений;
3) соотношения компонентов установки;

4) взаимосвязи между установкой и поведением людей;

5) установочно-диспозиционной регуляции социального поведения.

Формирование социальной установки

Проблема формирования социальной установки остается наименее изученной проблемой. Многие представители различных школ и направлений (У. Мак-Гайр, Ф. Бартлетт, П. Фресс, О. Зангвилл, Р. Олдфилд, М. Вернон, Ф. Лерш, Б. Коллинз, М. Рокич, С. Аш, Й. Лингарт) признают, что социальная установка формируется на основе предшествующего опыта (рис. 2).

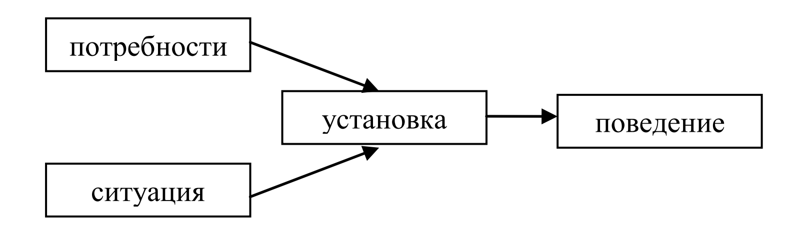


Рис. 2. Механизм формирования установки

Возникнув при определенной потребности в соответствующей ситуации, установка проходит в своем развитии отдельные фазы, которые следуют друг за другом в строго определенной последовательности. Развитие установки представлено Д.Н. Узнадзе (1966) в виде трех фаз:

1. Фаза контрастных иллюзий, наиболее прочная и устойчивая.
2. Фаза начала действия ассимилятивных иллюзий, которая характеризуется явными признаками начинающегося затухания установки.
3. Фаза констатирования равенства – фаза регрессивного развития установки, которая и завершает собой все фазы.

Следует отметить, что в грузинской школе установки Д.Н. Узнадзе (1966) был разработан уникальный механизм естественной ликвидации фиксированной установки. На основе экспериментальных исследований закономерностей формирования и смены установки было доказано, что смена социальной установки происходит в том случае, когда возникает внутренняя несогласованность между действием этой установки в различных сферах психической

активности. Механизм смены социальной установки происходит следующим образом.

1. В результате систематического воздействия информации, несоответствующей установке субъекта.

2. Когда установка вызывает взаимно несоответствующие оценочные и моторные активности.

3. Когда установка ложится в основу психически несовместимых интеллектуальных и эмоциональных процессов.

4. Когда человека обязывают действовать несовместимо с его установкой.

5. Когда человеку приходится выполнять новую для него социальную роль.

М.И. Бобнева, Е.В. Шорохова (1979) к закономерностям формирования и смены социальных установок относят: 1) измерение социальных ориентаций; 2) эффекты социальных ориентаций; 3) закономерности смены социальных ориентаций; 4) стойкость крайних социальных ориентаций; 5) законы формирования и действия социальных ориентаций в процессе взаимодействия людей; 6) влияние дифференцированной социальной среды на социальные ориентации.

По мнению Г. Гибша и М. Форверга (1972), среди механизмов формирования установки, можно выделить следующие: 1) подражание – спонтанное формирование установки; 2) идентификация; 3) обучение; 4) инструктирование. Авторы приводят четыре основные группы лиц, которые вызывают особенно сильное стремление к подражанию у других людей: 1) лица, старшие по возрасту; 2) лица, превосходящие по социальному рангу; 3) лица, превосходящие по уровню интеллекта; 4) лица, превосходящие в умении в какой-то практической области (Гибш, Форверг, 1972, с. 162).

Следует отметить, что У. Мак-Дуголл (1916) выделяет в процессе формирования познавательного аспекта – внушение; аффективного аспекта – симпатию; конативного аспекта – подражание. Степень внушения может быть различной в зависимости от четырех условий: от анормальных состояний мозга; от недостатка знаний или убеждений в отношении предмета внушения; от силы впечатления; от особенностей характера и природных склонностей субъекта (Мак-Дуголл, 1916, с. 73). Так, например, к способам внушения престижа, согласно У. Мак-Дуголла, относятся такие ситуации, «если мы имеем дело с людьми, которые производят на нас впечатление силы или

превосходства в каком-нибудь отношении, будет ли это рост или физическая сила, социальное положение…» (там же, с. 74).

Измерение и изменение социальной установки

Проблема измерения установок – это «проблема выбора модели шкалирования, посредством которой факты реакций могут быть соотнесены с переменной – установкой». В технике измерения установок наиболее употребительным и распространенным считается метод шкал. С.С. Стивенс (1960) выделяет следующие шкалы, решая, таким образом, проблему измерения установок.

1. Шкала наименований – представляет приписывание числовых форм объектам, связанное с наименьшими ограничениями; основная эмпирическая операция – установление равенства.
2. Шкала порядка – возникает в результате операции упорядочения по рангам; установление отношений «больше» или «меньше».
3. Шкала интервалов – дает количественное выражение измеряемых величин; установление равенства интервалов или разностей.
4. Шкала отношений – установление равенства отношений, применима только в тех случаях, когда имеются ситуации, позволяющие определить каждое из следующих соотношений: равенство, ранговый порядок, равенство интервалов, равенство отношений.

Наибольшую популярность в измерении социальных установок завоевали четыре шкалы: 1) шкала равных интервалов Л.Терстона; 2) шкала суммированных различий Р. Лайкерта; 3) кумулятивная шкала Гуттмана; 4) шкала семантического дифференциала Ч. Осгуда.

Соотношение основных компонентов установки

По мнению некоторых исследователей, можно дифференцировать также и сами составляющие установки. Так, например, У. Скотт (цит. по П.Н. Шихиреву, 1973) в когнитивном компоненте выделяет – информационное содержание, временную перспективу, центральность и периферийность; в аффективном компоненте – направленность, интенсивность; в конативном – объективность, ситуативность. П.Н. Шихирев (1973) считает, что «когнитивный элемент может состоять из ряда элементов, организованных в определенную структуру или иерархию в зависимости от объема определяемого объекта, аффективный может иметь различную степень объема ценностей и интенсивности, конативный – «барьер трудности» и т.п.».

Взаимосвязь между социальной установкой и поведением

Первоначально вопрос о том, насколько социальная установка выполняет свою главную научную функцию – предсказание поведения, даже не ставился под сомнение, так как казалось очевидным, что если индивид обладает определенной установкой по отношению к определенному объекту, то и его поведенческие акты по отношению к этому объекту должны находиться в полном соответствии с его установкой. Однако исследования Л. Терстона показали, что резкие различия в поведении людей сопровождаются соответственными изменениями в их установках. Таким образом создалось впечатление, что была решена загадка XX века – предсказание поведения людей на основе изучения социальной установки. «Ничто не предвещало разочарования», если бы в 1934 году американский социолог Р. Ла Пьер не описал парадоксальное явление в одной из известных своих статей – «Аттитюды (attitudes) против действий», в которой показал результаты своего исследования, и предположил, что между социальной установкой и поведением нет соответствия. Свой вывод Р. Ла Пьер сделал после двух лет путешествия по США в сопровождении двух китайцев, изучая отношение к обслуживанию китайцев в различных отелях, кафе, ресторанах, гостиницах и т.д. и сопоставляя полученные данные с реальным поведением в отношении китайцев, с которыми от столкнулся в действительности. Почти везде они встречали нормальный прием и хорошее обслуживание. «После завершения путешествия он разослал письма в те кафе, рестораны и отели, которые только что посетил, с вопросом, согласны ли их владельцы принять его и группу друзей, «в том числе китайцев», 93% владельцев ресторанов и 92% владельцев отелей ответили отказом».

Выводы, сделанные Р. Ла Пьером, указывали на то, что измерения аттитюдов как готовности к действию не совпадали с аналогичными по смыслу действиями, что вербальные аттитюды находятся в явном противоречии с реальным поведением.

Диспозиционно–установочная регуляция социального поведения

Огюсту Конту принадлежит афоризм «Знания ради предсказания, предсказание ради контроля». Однако знание никогда не бывает полным, исходя из того, что «мы не можем принять все, что дано».

Усилия целой плеяды отечественных ученых – исследователей были направлены на анализ различных подходов к проблеме поведения человека (В.С. Агеев, С.А. Арутюнов, А.К. Байбурин, Л.М. Дробижева, А.Г. Здравомыслов, А.М. Козулин, Г.У. Солдатова, Г.В. Старовойтова, А.А. Сусоколов). Предпринимались попытки построения теоретической модели, структуры, схемы, системы, механизма социального поведения индивида (А.Г. Асмолов, М.И. Бобнева, Д.Б. Богоявленская, А.Г. Вардомацкий, В.В. Водзинская, О.И. Зотова, И.Ю. Истошин, Ш.А. Надирашвили, О.С. Советова, С.Я. Чернавский, Е.В. Шорохова, В.А. Ядов).

В.А. Ядов (1975) приводит экспериментальные и теоретические данные, свидетельствующие о наличии установочных или диспозиционных механизмов регуляции социального поведения личности. Важнейшая, если не основная функция диспозиционной системы, согласно В.А. Ядову, это психическая регуляция социальной деятельности или поведения субъекта в социальной среде. Следовательно, можно выделить несколько иерархически расположенных уровней поведения.

1. Низший уровень – относятся элементарные фиксированные установки, которые формируются на основе витальных потребностей и в простейших ситуациях. Эти установки лишены модальности (переживания «за» или «против») и неосознаваемы (отсутствуют когнитивные компоненты). Первый уровень – специфическая реакция субъекта на актуальную предметную ситуацию, т.е. поведенческие акты.

2. Второй уровень – социальные фиксированные установки, которые формируются на основе социальной потребности, связанной с включением индивида в первичные и другие контактные группы, и в соответствующие социальные ситуации. Второй уровень – поступок или привычное действие. Целесообразность поступка заключается в установлении соответствия между социальной ситуацией и социальной потребностью субъекта.

3. Третий уровень – базовые социальные установки, которые формируются на основе более сложных социальных потребностей приобщения к определенной сфере деятельности и «включенные в

эту сферу как доминирующую среди других». Третий уровень – поведение в той или иной сфере деятельности, где человек преследует более отдаленные цели, достижение которых обеспечивается системой поступков.

4. Высший уровень – образует система ценностных ориентаций на цели жизнедеятельности и средства достижения этих целей. Четвертый уровень – деятельность во всем ее объеме. Важнейшем элементом на этом высшем уровне выступают отдельные жизненные цели, связанные с главными социальными сферами деятельности человека.

Вопрос о взаимосвязи трех основных компонентов диспозиционной системы – когнитивного, эмоционального, поведенческого в настоящее время изучен менее всего, поэтому механизм взаимосвязи между различными элементами диспозиционной структуры «следует рассматривать именно как механизм функционирования диспозиционной системы в целом, ибо она... целостная система, в которой все элементы взаимосвязаны и взаимодействуют определенным образом» (Ядов, 1975, с. 102).

Таким образом, категория «установка» в социальной психологии широко варьирует по своему содержанию. Представители разных школ и направлений вкладывают различное содержание и значение в понятие «социальная установка», чем создается чрезмерная перегруженность тождественными понятиями, подчиненными и «субординированными» терминами. Существуют следующие основные проблемы в изучении социальной установки. *Проблема формирования социальной установки*. Представители различных школ и направлений отмечают, что установка формируется на основе предшествующего опыта; объекты возникновения установки разнообразны; в возникновении установки достаточным условием являются потребность и ситуация. *Проблема измерения установок и их изменений*. В технике измерения наиболее употребительным и распространенным считается метод шкал (наименований, порядка, интервалов, отношений). Проблема изменения установок решается на двух уровнях – связь компонентов установки между собой и связь компонентов двух установок. *Проблема соотношения основных компонентов социальной установки.* Структура установки состоит из трех компонентов (когнитивного, аффективного, конативного). *Проблема взаимосвязи между социальной установкой и реальным поведением людей* решается с различных позиций: определение соотношения между установкой к действию и реальным поведением.

Глава 6

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВЛИЯНИЕ

Социально-психологическое влияние – это воздействие, которое один человек (или группа) оказывает на другого человека (или группу). Как только люди стали работать вместе – например, охотиться на крупных животных – им пришлось согласовывать свои действия. Нужно было договариваться о том, кто будет приманивать кабана или мамонта, кто будет ждать в засаде и подавать сигнал о его приближении, кто будет набрасывать на него сеть, а кто – атаковать его копьями. Можно предположить, что кто-то хотел действовать быстро и решительно, а кто-то – более осторожно. Наверняка молодым охотникам хотелось совершить решающий удар, и старшим приходилось убеждать их ждать в засаде и подавать сигналы. Древним людям приходилось убеждать и уговаривать друг друга, добиваться согласия с помощью каких-то уступок, обещаний или угроз. Иными словами, уже древние люди использовали способы социально-психологического влияния.

Социально-психологическое влияние подразумевает взаимодействие в социуме, в общности, в группе, даже если эта группа состоит из двух человек. Влияние многообразно. Например, влияние может быть преднамеренным и непреднамеренным, краткосрочным и долгосрочным, конструктивным и деструктивным.

В табл. 1 представлены разные основания для классификации и виды влияния.

Таблица 1

Различные основания для классификации видов влияния

Основания для классификации	**Виды влияния**	**Комментарии**
1. Степень преднамеренности	Преднамеренное и непреднамеренное	Вид некоторых людей может вызывать у других людей чувство страха или восхищения, желание подчиниться или бороться. Это непреднамеренное влияние.

Таблица 1 (продолжение)

Основания для классификации	Виды влияния	Комментарии
2. Степень конструктивности	Конструктивное и неконструктивное	Конструктивное влияние направлено на согласование позиций и действий без психологического насилия над участниками ситуации. Деструктивное влияние использует средства, разрушительные для личности и межличностных отношений.
3. Степень взаимности	Лидерство как влияние на последователей и требовательность к лидеру со стороны последователей как влияние на лидера	Отношения ведения и следования являются взаимными. Лидер должен учитывать потребности последователей и удовлетворять их.
4. Опосредованность нормами	Влияние группы на каждого участника и каждого участника на группу через групповые нормы	Отклонение от принятых в группе норм группой порицается или наказывается, но в то же время каждый участник вносит свои нюансы в групповые нормы.
5. Временная ориентация	Краткосрочное и долгосрочное	Можно уговорить человека сделать что-то в данный конкретный момент, а можно повлиять на всю его жизнь.

Итак, социально-психологическим влияние называется потому, что совершается в социальном взаимодействии, а психологическим – потому, что оно использует психологические сигналы – вербальные, паралингвистические и невербальные (табл. 2).

Таблица 2

Психологические сигналы

Виды сигналов	Описания
1. Вербальные (словесные)	Слова, смысл высказываний, подбор выражений, правильность речи и разные виды ее неправильности.
2. Паралингвистические	Особенности произнесения речи и неречевых звуков, качества голоса, интонации, темп, ритм, громкость речи, паузы и др. Это все те сигналы, которые производятся голосовым аппаратом человека, но не являются собственно речью. Смех, зевота, покашливание, «мычание», прищелкивание языком – все это также относится к паралингвистическим сигналам.
3. Невербальные (внесловесные)	Взаимное расположение в пространстве, позы, жесты, мимика, контакт глаз, оформление внешности, прикосновения, запахи, оформление пространства. В среде бизнеса к невербальным сигналам относятся также одежда, аксессуары, мебель в офисе, бизнес-центр, в котором расположен офис, улица, город и страна, – все это тоже значимые невербальные сигналы для потенциальных партнеров и клиентов.

Невербальные сигналы – самые древние. Известно, что уже птицы передают друг другу сигналы зевком (Изард, 2011). Зевнет вожак стаи птиц – и начинают зевать остальные. Это сигнал для всей стаи о том, что все спокойно и можно отдыхать.

В 1967 году А. Меграбян установил, что невербальные сигналы гораздо более информативны, чем слова. По его данным, при первой встрече с человеком мы получаем информацию о нем лишь на 7% из содержания его речи, а остальные 93% – из того, как он говорил, как выглядел, какие использовал жесты, как смотрел на собеседника, как улыбался и т.п. По утверждению самого Меграбяна, эта закономерность проявляется, прежде всего, в тех случаях, когда тон голоса или

жесты не совпадают по своему значению с содержанием слов (Mehrabian, 1967; Mehrabian, Wiener, 1967).

В табл. 3 представлены данные, полученные А. Меграбяном в США, и данные, полученные на российской выборке И.С. Яковлевой.

Таблица 3

Относительное значение разных психологических сигналов

Виды сигналов	**Доля информативности в США** (Mehrabian, 1967; Mehrabian, Wiener, 1967)	**Доля информативности в России** (Яковлева, 2002)
1. Вербальные	7%	38%
2. Паралингвистические	38%	25%
3. Невербальные	55%	37%
Суммы	100%	100%

Несовпадение сигналов проявляется, например, в тех случаях, когда человек утверждает, что любит работать с людьми, но при этом сжимает кулаки, яростно рвет бумаги, хмурится или всхлипывает. Другой пример: «Дорогая, покажи мне, что у тебя в руках», – говорит воспитательница, но тон ее голоса настолько зловещий, что никто не поверит слову «дорогая». По утверждению Меграбяна, соотношение 7 : 38 : 55 по-настоящему проявляется в тех случаях, когда речь идет о чувствах и отношениях. Он вывел следующую формулу (Mehrabian, 2010) для определения того, насколько один человек симпатизирует другому:

Общая симпатия =
7% симпатии, которая содержится в содержании слов
+ 38% симпатии, которая передается характеристиками голоса
+ 55% симпатии, которая передается выражением лица.

Как следует из табл. 3, в российской выборке речевые сигналы оказываются гораздо более информативными, чем в американской. Содержание слов действительно имеет значение.

Социально-психологическое влияние совершается в социальном взаимодействии. Можно представить виды социально-психологического влияния в форме матрицы (рис. 3).

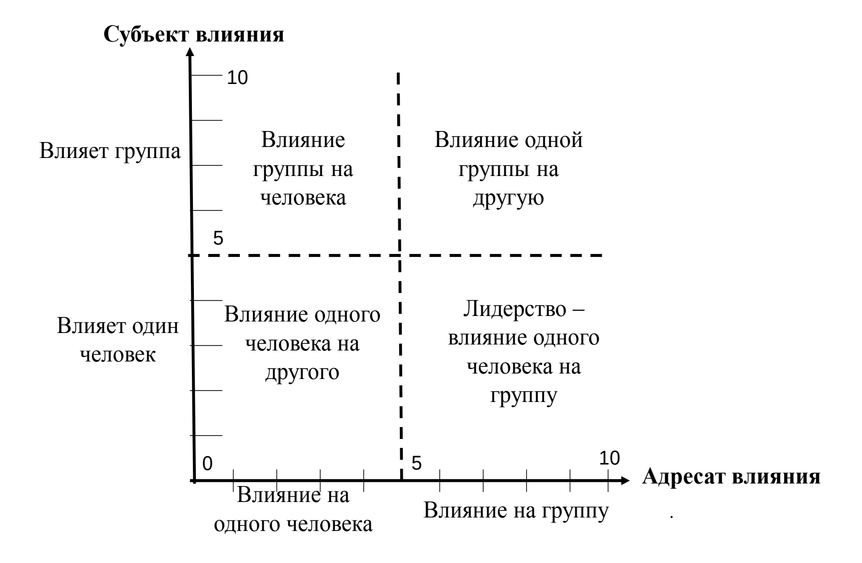


Рис. 3. Варианты социально-психологического влияния

Рассмотрим эти четыре варианта социально-психологического влияния последовательно.

1. Один человек влияет на другого человека

При влиянии одного человека на другого мы говорим об индивидуальном психологическом влиянии. Это воздействие с помощью психологических средств – видом, словом и действием. Пример социально-психологического влияния – убеждение одним человеком другого в необходимости совершить покупку, проголосовать за определенного кандидата, согласиться выполнить дополнительную работу и т.д.

Все разнообразные виды влияния можно классифицировать по степени их конструктивности и объединить в три группы – варварское влияние, манипуляция и цивилизованное влияние (табл. 4).

Таблица 4

Виды психологического влияния, различающиеся по деструктивности-конструктивности

Варварское взаимодействие	Открытое, грубое и резкое воздействие на другого человека с целью заставить его действовать определенным образом. Часто совершается под влиянием собственных эмоций: напряжения, стресса и т.п. («нервный варвар»).
Манипуляция	Скрытое воздействие на эмоции другого человека для того, чтобы под влиянием эмоций он сам выбрал «нужное» направление действий.
Цивилизованное взаимодействие	Открытое и уважительное взаимодействие с другим человеком с помощью сообщений, предложений, вопросов и аргументов с целью совместной выработки оптимального направления действий.

Психологическое влияние могут оказывать родители на ребенка в своем стремлении приучить его действовать определенным образом. Индивидуальное психологическое влияние в семейных, дружеских и любовных отношениях зачастую проникнуто всякого рода манипуляциями, а иногда и варварством.

Многим родителям легче не объяснять, а запугивать, не договариваться с ребенком, а обманывать его. Например, родители могут напугать ребенка, сообщив ему о том, что в телефоне «водятся вредные волны», которые «убивают мозг», а в конфетах «микробы», из-за которых могут выпасть зубы или отвалиться палец, и т.п. Они могут прибегнуть к обману, чтобы ребенок не хотел купаться («сегодня в море ядовитые медузы»), не хотел дружить с определенными детьми («они испортят вирусами твой планшет») и т.п. Родители могут побудить ребенка чистить зубы, потому что тогда «Дед Мороз подарит два подарка», убирать игрушки («тогда у нас появится много денег и мы купим тебе железную дорогу») и т.п. Однако и ребенок может манипулировать своими родителями, вызывая у них жалость (слезами) или ужас (своим криком) и добиваться того, чтобы родители шли на определенные уступки, позволяя ему то, о чем он просит. Например, своим призывом «поиграть в прятки», ребенок побуждает роди-

телей к тому, чтобы они разрешили ему дольше посидеть за ноутбуком, поиграть со смартфоном, посмотреть фильм и т.п.

Взаимное влияние взрослых людей также зачастую характеризуется взаимными манипуляциями. По данным опросов руководителей, проведенных в 2015-2019 гг., в их деловом общении доля цивилизованного влияния составляет от 20 до 60%, доля манипуляции – от 10 до 70%, доля варварского влияния – от 10 до 50% (n = 1452, из них 1003 мужчин и 351 женщина). При этом у руководителей производства доля варварского влияния несколько выше, а у работников офиса управляющих компаний – ниже. В то же время, различия столь велики, что трудно судить о какой-то единой тенденции. Гораздо большее единство проявляется в ответах руководителей на вопрос «Какое соотношение различных видов влияния, на ваш взгляд, было бы оптимальным?» Руководители склоняются к тому, что большая доля должна принадлежать цивилизованном влиянию (60-80%), и гораздо меньшие доли – манипуляции (10-30%) и варварству (10-20%).

Методы цивилизованного психологического влияния будут рассмотрены ниже.

2. Влияние группы на одного человека

Когда человек оказывается членом какой-либо группы, он, как правило, вынужден подчиняться принятым в этом сообществе групповым нормам, то есть принятым в группе правилам по поводу ожидаемых способов поведения.

Групповые нормы отличаются от формальных организационных правил тем, что они регулируются не администрацией, а самими участниками группы. Сами участники группы требуют друг от друга соблюдения норм. Группа критикует и наказывает нарушителей и поддерживает тех, кто следует групповым нормам. Часто нормы не осознаются (Hellriegel, Slocum and Woodman, 2001, p. 247). Эти нормы могут совершенно не соответствовать индивидуальным представлениям человека о его правах, обязанностях и ценностях. Например, поступив на работу в организацию, человек может с удивлением узнать, что часть информации о заказах нужно сохранять в тайне от сотрудников смежного отдела или что нельзя высылать отчет руководителю в пятницу вечером.

Отчетливые групповые нормы можно наблюдать в студенческой группе. Если преподаватель вслух замечает, что кто-то из студентов часто отсутствует на занятиях, то однокурсники почти всегда начинают говорить что-то в его оправдание. Если кто-то не явился для

сдачи письменной работы, то однокурсники найдут этому «важные причины». Часто в студенческих группах принято не говорить преподавателю ничего «лишнего» о других студентах и «помогать» друг другу во время экзаменов. Почти во всех этих случаях групповые нормы служат защите группы от руководителей, других групп или внешней среды.

В некоторых культурах групповые нормы распространяются на многочисленные общности людей. Так, например, для шведских преподавателей характерна норма верить слову другого человека, и если кто-то выражает сомнение в словах или обещании другого, это смущает других участников ситуации. Характерно, что такого молчаливого смущения окружающих достаточно, чтобы нарушитель нормы постарался загладить свой промах. Для шведов также характерна норма поддержания качества жизни при взаимодействии с другими людьми. Качество жизни – это максимально возможное удобство и удовольствие, которое человек испытывает в той или иной ситуации. Если к двум беседующим людям подходит третий, то его обязанность – сделать так, чтобы у этих людей ни в коем случае не понизилось качество жизни из-за его появления. С другой стороны, обязанность тех, к кому подошли – ни в коем случае не понизить качество жизни того, кто к ним пришел. Это неписаная норма, однако она весьма выпукло проявляется в поведении скандинавов. Создается отчетливое впечатление, что эта норма – предмет некого социального договора, к которому шведов приучают с самого раннего детства и поэтому норма становится фактически общим правилом поведения.

Групповые нормы могут диктовать не только способ поведения, но и характер отношения к тому или иному явлению. В 1935 г. в экспериментах М. Шерифа было показано, как формируются групповые нормы. Испытуемых помещали в совершенно темную комнату и просили сосредоточить свой взгляд на единственной светящейся точке. Задача испытуемых состояла в том, чтобы определить расстояние, на которое переместиться светящаяся точка. В действительности точка оставалась на своем месте, однако испытуемым казалось, что она движется. Это явление получило название автокинетического эффекта – иллюзорного движения неподвижного объекта. Когда испытуемые оценивали «перемещение» точки индивидуально, наблюдался довольно большой разброс оценок. Однако после того, как они стали обсуждать свои оценки в группе, произошло сближение индивидуальных показателей (рис. 4).

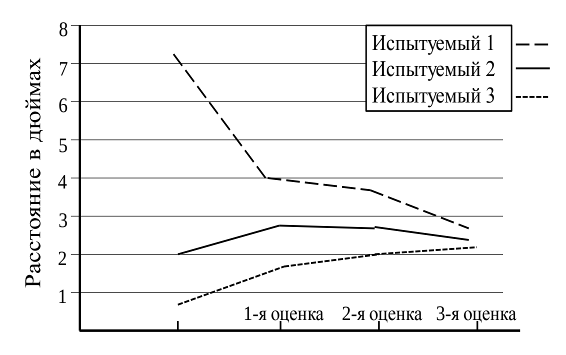


Рис. 4. Сближение индивидуальных оценок после групповых обсуждений в эксперименте М. Шерифа

Эксперименты Шерифа вдохновили нас на собственное исследование. В группах тренинга участникам предлагалось поучаствовать в эксперименте. В течение 10 сек. экспериментатор демонстрировал группе прозрачную банку с привлекательно выглядевшими конфетами в разноцветных обертках. По истечении 10 сек. экспериментатор прятал банку до конца опыта. Каждому участнику предлагалось оценить количество конфет в банке. Свой ответ каждый участник должен был написать на листке и сдать экспериментатору. После этого группа разделялась на команды по 5-6 человек. Каждой команде предлагалось обсудить свои индивидуальные оценки и прийти к общему мнению. Экспериментатор объявлял, что та команда, которая даст максимально точный ответ, получит банку в подарок.

Обнаружилось, что в большинстве команд участники занимались не обсуждением, а расчетами: они вычисляли среднюю величину из своих оценок. Фактически они сознательно шли на сближение оценок, причем старались сделать это демократическим путем. Поскольку оценка каждого из участников была учтена при подсчете средней величины, большинство участников чувствовали себя вполне удовлетворенными (Сидоренко, 2017). Такая самоорганизация группы позволяет избежать множества недоразумений в попытках влияния на группу извне. Как правило, участники группы могут сами прийти к согласованному решению и затем добровольно подчиниться ему, даже если у кого-то из участников изначально было совер-

шенно иное мнение. Социально-психологическое влияние может быть делегировано группе, однако это возможно не всегда.

Влияние группы на человека может носить и разрушительный характер. Начиная с 70-х годов прошлого века множество исследований посвящены явлениям моббинга – группового давления на одного или нескольких членов группы. Моббинг проявляется в форме психологического террора, травли, посягательств на личный авторитет человека, его психологическое и физическое благополучие и даже физическое здоровье (Чикер, Почебут, 2016). Таким образом, группа может не только позитивно, но деструктивно влиять на своих членов.

3. Влияние одного человека на нескольких других людей

Влияние одного человека на группу может рассматриваться как лидерство. Как указывает Кричевский, в последние годы доминирующей становится трактовка лидерства как процесса влияния (Кричевский, 2007, с. 18). Лидерство можно рассматривать как процесс формирования идей и видения, следования в своей жизни ценностям, поддерживающим эти идеи и видение, влияние на других людей для того, чтобы они приняли эти цели и видение, и стали руководствоваться ими в своем поведении (Tichy, 1997; по Hellriegel et al., 2001, p. 324).

Если внимательно посмотреть на рис. 4, можно заметить, что испытуемый № 2 (его оценки соединены сплошной линией) фактически не изменил своего мнения в результате обсуждений. Если бы испытуемые подсчитывали среднюю величину, то групповая средняя должна была бы составлять 3,3 дюйма, а не 2,3, как мы видим это по графику. Можно предположить, что испытуемый № 2 в большей степени повлиял на других участников, чем они на него.

Эту гипотезу проверила в своих экспериментах на старшеклассниках Н.В. Богданова (Богданова, 2016). Эксперимент проводился в 10-ти группах учащихся 11-х классов гимназии Санкт-Петербурга. В каждой группе участвовали 4-5 человек. Лидеры определялись по двум показателям: 1) по оценке наблюдателя их ведущей роли в процессе обсуждения; 2) по оценке их лидерской роли самими участниками эксперимента. В десяти обследованных группах было выявлено 10 лидеров, остальные 35 человек были отнесены к числу «последователей».

Оказалось, что юные лидеры не отличались от последователей по точности определения количества конфет. Некоторые из них горячо отстаивали весьма неточные ответы. Кроме того, они уступали своим

последователям по таким показателям эмоционального интеллекта, как «Понимание своих эмоций» ($p \leq 0,05$), «Управление своими эмоциями» ($p \leq 0,02$) и «Влияние на эмоции других людей» ($p \leq 0,01$) (Богданова, Сидоренко, 2018, с. 320). Почему же последователи признавали лидерами тех, кто не превосходил их в точности и уступал им в эмоциональном интеллекте? Почему последователи готовы были поддаваться лидерам и соглашаться с ними? По-видимому, активность и сила убеждения важнее точности оценок лидера. Оказалось, что лидеры чаще, чем последователи, использовали стратегию «Соперничество» ($p \leq 0,03$) и гораздо реже – стратегию «Приспособление ($p \leq 0,03$), но при этом демонстрировали стратегию «Сотрудничество» так же часто, как и последователи. Можно заключить, что для них характерно «Сотрудничающее соперничество» или «Соперничающее сотрудничество». Лидеру важно не только настоять на своем решении, но и сохранить лояльность группы по отношению к нему, поэтому он должен не только бороться за свою идею, но и сотрудничать с группой. Это осознают уже очень молодые лидеры.

Эксперимент показал также, что лидерство действительно ситуативно обусловлено. Если бы группа состояла не из 4-х, а из 12-ти человек, то и там мог быть один лидер, а два потенциальных других лидера превратились бы в последователей. Социально-психологическое влияние одного человека на группу может быть вызвано жизненной необходимостью. Сама жизнь призывает человека стать влиятельным человеком, если никто другой не принимает на себя ответственности за принятие решения.

В последние годы происходит значительная индивидуализация современного общества. Влияние одного человека на группу может искажаться такими факторами, как взаимное психологическое заражение членов группы. Если в группе есть неформальный лидер, он может заразить группу своим сопротивлением лидеру. Кроме того, людям не нравится чувствовать себя «массой». Молодые поколения – поколение У (1983-1999 гг. рождения) и поколение Z (2000-2015 гг. рождения) – считаются особенно индивидуалистичными. Возможно, им в еще меньшей степени требуется и лидерство, и единство с другими людьми. Можно предположить, что в будущем гораздо эффективнее будет индивидуальное влияние на одного человека, чем влияние сразу на нескольких людей.

4. Влияние одной группы на другую

Стремление чувствовать себя членом группы, малого сообщества, в котором тебя признают «своим», – одна из важнейших потребностей человека. Однако «безграничное единство может привести к бездумному согласию и к потере собственной индивидуальности» (Свенцицкий, 2017, с. 9). Чем более сплоченной является группа, тем в большей степени в ней могут проявиться такие неблагоприятные эффекты, как «групповой фавотиризм», «ловушка добрых отношений», «группомыслие», феномены социальной праздности и излишней рискованности.

Групповой фаворитизм – это некритичное отношение к членам своей команды, неоправданная с точки зрения обстоятельств и интересов дела благожелательность по отношению к ним, их высказываниям и действиям. Члены сплоченной группы могут зачастую оказываются в так называемой «ловушке добрых отношений», когда не хочется критиковать друзей, портить им настроение и рисковать добрыми отношениями с ними. Ради сохранения отношений члены сотрудники могут пойти на то, чтобы пожертвовать объективными интересами компании – например, не возражать другу, который вносит невыгодное для компании предложение или заключает невыгодный для нее контракт и т.п.

«Группомыслие», или «огруппление мышления», – это чувство собственного превосходства, уникальности и неуязвимости, которое проявляется в снижении критичности при оценке собственных идей и собственной деятельности и в негативном отношении к «чужим» идеям и новой информации.

Феномен социальной праздности – снижение уровня усилий в группе по сравнению с усилиями в индивидуальной работе. Феномен излишней рискованности – это снижение чувствительности к финансовым и организационным рискам за счет «разделения ответственности».

Учитывая все эти негативные эффекты, взаимное социально-психологическое влияние групп друг на друга зачастую принимает форму межгруппового конфликта. Иногда перед практическим социальным психологом встает задача: примирить группы, создать условия для развития единства. Конфликтующими группами могут оказаться отделы одной и той же компании, например, сотрудники отдела маркетинга и отдела продаж, сотрудники региональных филиалов компании и центрального представительства и т.п. Межгрупповые конфликты разрешаются или, по меньшей мере, смягчаются благода-

ря методам прояснения интересов, введению процедур взаимодействия и уменьшению различий между группами. Зачастую практический социальный психолог выступает в роли медиатора, посредника, который, будучи лично не заинтересованным в предмете конфликта, помогает группам добиться большего взаимопонимания и сотрудничества. Очень часто его конкретная задача состоит в том, чтобы добиться развития личных отношений между сотрудниками разных подразделений и тем самым перевести межгрупповое социально-психологическое влияние в индивидуальное. Таким образом, психолог, с одной стороны, расширяет границы каждой группы, помогая участникам почувствовать себя членами более широкой общности, а с другой стороны – помогает индивидуализировать отношения между представителями разных групп.

Методы цивилизованного психологического влияния

Критериями цивилизованного влияния являются три показателя: сохранение и развитие дела, деловых отношений и личностной целостности участников (рис. 5).

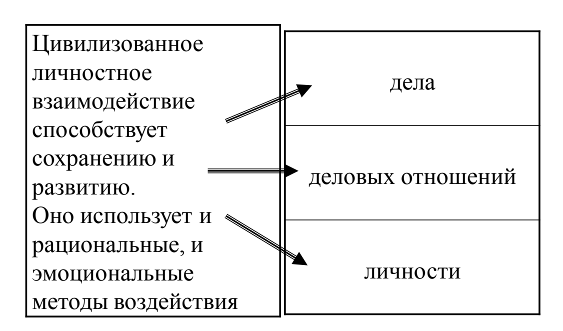


Рис. 5. Критерии цивилизованного психологического влияния

Методы психологического влияния различны на разных фазах делового взаимодействия. На каждой фазе делового взаимодействия возникают эмоции. Для цивилизованного психологического влияния важно, чтобы эти эмоции были благоприятными для партнера по общению. Если партнер испытывает нежелательные для него эмоции, это в значительной степени затрудняет сохранение и развитие дела, деловых отношений и личностной целостности участников (рис. 6).

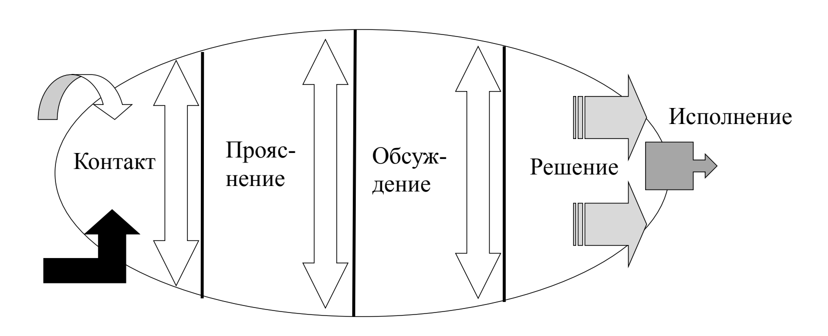


Рис. 6. Фазы делового взаимодействия

На фазе **контакта** для формирования доброжелательной атмосферы можно использовать следующие приемы: обращение к собеседнику по имени, доброжелательная интонация, улыбка, открытая поза с поворотом корпуса в 45-90°, живой взгляд, при котором вступающий в контакт может и моргать, и переводить фокусировку взгляда с собеседника на бумаги или предметы, которые они вместе изучают. Поворот под углом 54-90 градусов служит древним сигналом, который наблюдается не только у многих млекопитающих, но даже и рыб – они поворачиваются боком, когда хотят продемонстрировать отсутствие агрессивных намерений (Лоренц,1994).

На фазе **прояснения** интересов и возможностей в цивилизованном психологическом влиянии используются методы открытых, отсекающих и уточняющих вопросов. Открытые вопросы – это вопросы, которые начинаются со слов «Каким образом», «Что влияет на…», «Какой результат был бы оптимальным?» и т.п. На открытые вопросы невозможно ответить «да» или «нет». Они требуют развернутого ответа. Преимущество открытых вопрос – в том, что они позволяют выйти за рамки нашего первоначального представления о характеристиках ситуации и интересах партнера по общению. Можно выделить четыре группы открытых вопросов: 1) вопросы об отличительных характеристиках ситуации (о настоящем); 2) вопросы о том, как сложилась данная ситуация (о прошлом); 3) вопросы о том, какое развитие ситуации предвидится или предпочитается партнером (о будущем) и 4) вопросы об отношении партнера к обсуждаемому предмету («субъективные» вопросы). Опыт показывает, что для того, чтобы разговорить партнера, лучше всего начинать с «субъективных» вопросов, поскольку партнеру приятнее всего на них отвечать. Фаза прояснения не должна превратиться в допрос, поэтому, помимо

вопросов, на этой фазе каждый из партнеров должен открыто формулировать и свои идеи и первоначальные предложения. Более подробно предложения по решению обсуждаемой ситуации (проблемы, задачи) рассматриваются на фазе обсуждения.

Отсекающие вопросы позволяют учесть те моменты, о которых мы не догадались спросить, задавая открытые вопросы. Отсекающий вопрос может быть, например, таким: «Есть ли еще что-то важное, что нам необходимо обсудить?». Если партнер отвечает утвердительно, нужно задать ему открытый вопрос: «Что мы должны обсудить?».

Уточняющие вопросы позволяют проверить наше понимание того, что было сказано партнером. Они могут начинаться со слов: «Правильно ли я понял, что…».

На фазе **обсуждения** используются методы аргументации и контраргументации. Наиболее эффективным считается метод двусторонней аргументации, который требует открытого предъявления как положительных, так и спорных аспектов предлагаемого решения вопроса. Считается, что этот метод подходит только для высокоинтеллектуальных партнеров. Партнер сам должен взвесить представленные ему аргументы «за» и «против» и убедиться в том, что аргументы «за» перевешивают аргументы «против». Также эффективным считается метод Сократа, который представляет собой последовательное доказательство вашего собственного решения проблемы или задачи. Каждый шаг доказательства начинается со слов: «Согласны ли вы с тем, что...» Если партнер отвечает утвердительно, данный шаг можно считать пройденным и переходить к следующему. Если партнер отвечает отрицательно, вы продолжаете словами: «Простите, я не совсем удачно сформулировал вопрос. Согласны ли вы с тем, что...».

Эти действия нужно продолжать до тех пор, пока партнер не согласится со всеми шагами доказательства и с предлагаемым вами решением в целом.

Наиболее эффективными методами контаргументации считаются методы расщепления аргументов партнера и поиска слабого звена в его аргументации.

Метод расщепления аргументов предполагает разделение всех аргументов партнера на три группы: 1) те, с которыми вы согласны; 2) те, в которых вы сомневаетесь; 3) те, с которыми вы не согласны. Контраргументация начинается с согласия с первой группой аргументов, затем вы выражаете неуверенность в справедливости аргу-

ментов второй группы, и лишь затем переходите к обоснованию своего несогласия.

Метод поиска слабого звена в аргументах партнера предполагает прослеживание хода решения вопроса вместе с партнером. Этот метод особенно эффективен в тех случаях, когда партнер не соглашается с вашим решением и настаивает на своих возражениях. Внимательно прослеживая ход его доказательства, вы можете обнаружить в его рассуждениях противоречие. Важно не просто указать партнеру на это противоречие, но сделать так, чтобы он сам натолкнулся на него. Чрезмерная убедительность мешает конструктивному взаимодействия. «Невозможно убедить, можно только убедить**ся**». Искусство психологического влияния состоит в том, чтобы партнер мог прийти к другому мнению, сохраняя лицо. Кроме того, не стоит исключать возможность, что доказательства партнера окажется настолько убедительным, что вы сами измените свое первоначальное мнение.

На фазе обсуждения стоит применять различные способы иллюстрации своих идей. Помимо слов, в доказательстве идеи должны участвовать числа – таблицы или (еще лучше) графики, иллюстрирующие предполагаемое развитие событий в том случае, если ваше предложение будет принято, и в том случае, если оно не будет принято. Убедительности доказательств также способствуют образы, визуальные иллюстрации и предметы – например, образцы продукции, раздаточные материалы и т.п.

На фазе **решения** принимается то или иное направление или способ действий. Необходимо добиться составления письменного документа, предусматривающего объем обязанностей сторон, сроки выполнения ими их обязательств и формы отчетности. Если решение принимается устно, то, как показывает опыт, оно не кажется обязательным к исполнению. Фаза перехода от решения к исполнению решения затрудняется, и могут потребоваться новые усилия по социально-психологическому влиянию, чтобы добиться выполнения решения.

Глава 7

ПОНИМАНИЕ ЛЮДЬМИ ДРУГ ДРУГА

Понимание людьми друг друга относится к числу фундаментальных социально-психологических проблем. История ее изучения включает периоды повышенного исследовательского интереса, и, напротив, – спада, временного затишья.

Начало активной разработки проблемы межличностного понимания приходится на середину XX века. Сначала за рубежом в рамках когнитивного направления социальной психологии, а затем и в отечественной социальной психологии в это время стали проводиться многочисленные экспериментальные исследования в области социальной перцепции – восприятия, оценки и понимания людьми социальных объектов.

Говоря о понимании человеком окружающих его людей, психологи употребляют самые различные дефиниции, такие как: способность к пониманию других людей; способность понимать внутренний мир другого человека; социально-перцептивная способность; оценочная способность; рефлексивно-перцептивная способность; интерпсихическая рефлексия; социально-психологическая наблюдательность и др.

Понимание рассматривают и как процесс, и как результат процесса межличностного познания. Оценивая сформировавшееся у субъекта познания понятие о другом человеке, к числу признаков, свидетельствующих о его понимании, относят точное распознавание его состояний, личностных особенностей, ценностных ориентаций, способностей, целей, мотивов поведения и прогнозирование его дальнейших действий (А.А. Бодалев, С.В. Кондратьева, В.Н. Куницына, В.А. Лабунская, В.Н. Панферов, А.Л. Южанинова и др.).

Определение, предложенное В.Н. Куницыной, во многом отражает характерную для социально-перцептивного подхода тенденцию его толкования. Согласно ему: «понимание – это накопление и оперирование системой вербализованных знаний о других людях с целью достичь максимального соответствия суждений, оценок, представлений о человеке его объективно существующим чертам, свойствам, мотивам, причем, главным и наиболее сложным в этом процессе является конечная «расшифровка» мотивов, что позволяет оценивать конкретные поступки и прогнозировать поведение» (Куницына, 1991, с. 25).

Особенности, характеризующие человека, отражаются в сознании взаимодействующих с ним людей. При этом возникает вопрос о том, насколько сформировавшийся образ соответствует реальным проявлениям воспринимаемого человека, т.е. насколько точным (адекватным) он является.

Ученые не раз отмечали тот факт, что в процессе общения люди следуют своим впечатлениям друг о друге независимо от меры их адекватности, мера адекватности устанавливается субъективно. На первый план выходит уверенность человека в том, что он понял партнера по взаимодействию.

О субъективности и пристрастности восприятия и понимания людьми друг друга писали многие ученые. В зарубежной психологии данный аспект представлен в теориях атрибуции. На основе анализа того, как обычные люди пытаются понять причины и следствия событий, поступков людей, свидетелями которых они являются, психологами были составлены схемы формирования суждений о причинно-следственных связях, открыты типичные ошибки, допускаемые людьми в ходе познания друг друга.

Как правило, люди оценивают адекватно то, что выходит из разряда привычного, либо является значимым для них.

В исследованиях в качестве критериев адекватности понимания нередко используются *тестовые показатели*.

Так, в работе А.А. Реана изучение точности познания педагогом структуры учебных мотивов учащихся включало следующие шаги:

1 этап – исследование с помощью тестов структуры учебной мотивации учащихся;

2 этап – рассмотрение представлений педагогов о структуре учебной мотивации учащихся;

3 этап – сопоставление между собой данных, полученных на двух предыдущих этапах, и конечный вывод о точности познания (Реан, 1990).

Существуют специальные формулы для подсчета коэффициента адекватности понимания другого человека: его эмоциональных проявлений, личностных особенностей, мотивов поведения и др.

В общих чертах, он подсчитывается путем нахождения отношения между количеством оценок, совпавших с тестовыми показателями, к общему числу субъективных оценок. Показателем адекватности служит число ошибок. Точность понимания тем выше, чем меньше количество допущенных ошибок.

Критериями адекватности понимания также могут служить *групповые оценки,* полученные в ходе опроса людей, хорошо знающих познаваемого человека, данные самооценки и, наконец, экспертные оценки.

В проведенных психологами исследованиях были установлены различные условия, способствующие адекватному пониманию, среди них: определенные качества личности, способность к эмпатии, способность к децентрации, небольшое количество оценочных стереотипов, значимость познаваемого свойства, имеющийся опыт общения и взаимодействия с людьми, характер и объем получаемой информации о человеке и др.

Установлено, что количество информации о другом человеке должно быть строго определенным. Точное понимание человека как личности образуется у общающихся с ним людей при не очень длительном и, главное, при не очень тесном знакомстве. В противном случае оценивающие, как правило, не могут преодолеть в себе тенденции быть снисходительными и проявляют фаворитизм по отношению к старым знакомым или необъективность негативного характера при оценке личности своих недругов. Чем менее нейтральными являются отношения, чем более люди заинтересованы друг в друге, тем больше вероятность ошибок.

Кроме того, разные стороны личности одного и того же человека не одинаково сложны и по своей структуре и по формам возможных проявлений, и поэтому для их познания требуется разное время. Экспериментально установлено что, например, отношение человека к вещам улавливается и более точно оценивается обычно быстрее, чем отношение к людям.

Анализ сформировавшегося в сознании субъекта познания образа или понятия о воспринимаемом человеке делает актуальным постановку вопроса об уровнях его понимания, критериях их выделения.

Нередко опираясь на концепцию Б.Г. Ананьева, уровни понимания определяются исходя из характера отмечаемых в другом человеке свойств как индивида, субъекта, личности или индивидуальности (Кондратьева, 1977).

По нашему мнению, они могут рассматриваться в качестве самостоятельных форм понимания. Остановимся на их характеристиках более подробно.

Восприятие внешнего облика другого человека представляет собой пусковой момент процесса познания, который предполагает

дальнейшую «расшифровку», соотнесение с личностными особенностями воспринимаемого человека. Вместе с тем, понимание может и ограничиться данным этапом, результатом чего является восприятие только индивидных свойств, формирование понятия только о внешних признаках поведения другого человека. Такое понимание максимально обезличено, объектно.

Понимание, при котором возникает понятие о другом человеке как о субъекте можно наблюдать, например, в том случае, когда познающий относит воспринимаемого человека к определенной категории и на этом его познание прекращается. По нашему мнению, синонимом термина «субъектное» понимание может быть также «ролевое».

Формирование понятия о другом человеке как о личности представляет более глубокий уровень понимания. В данном случае субъект познания проникает за рамки внешнего, упрощенного понимания и начинает отмечать в другом человеке его личностные особенности, понимает чувства другого человека, его мысли, состояние.

Понимание может включать в себя разностороннее отражение другого человека как системы индивидных, субъектных и личностных свойств и своеобразия их сочетания как индивидуальности. Данная форма понимания, по мнению многих исследователей, является наиболее глубокой.

В процессе понимания тесно переплетаются когнитивные, эмоциональные, мотивационные составляющие психики человека. Ведущая роль среди них принадлежит когнитивной сфере, включающей всю совокупность познавательных процессов (от ощущения до мышления), направленных на построение образа воспринимаемого человека, формирование понятия о нем.

Учитывая внутреннее психологическое содержание процесса понимания, можно выделить рациональное (интеллектуальное, гностическое), аффективное (эмоциональное) и интуитивное понимание. Данные виды понимания отражают ведущую роль одного из его структурных компонентов.

При выраженном доминировании когнитивного компонента можно говорить о *рациональном понимании* как об отдельном самостоятельном виде понимания. В его основе лежит стремление понять другого человека через анализ его поступков и качеств, установление связи между различными элементами наблюдаемого поведения, вербальными и невербальными реакциями.

Аффективное понимание отличает б**о**льшая включенность эмоциональной сферы субъекта познания в процесс понимания, что проявляется в постижении другого человека на уровне чувств, чувствительности к его внешним проявлениям.

Аффективное понимание тесно связано с такой психологической категорией как «эмпатия», которую определяют как:

- проникновение-вчувствование в переживания другого человека, постижение эмоционального состояния;
- способность к адекватному познанию людей на чувственном уровне;
- «теплое» измерение способности человека ориентироваться в других людях.

Интуитивное понимание, как об этом пишет А.А. Бодалев, заключается в «способности постижения особенностей, характеризующих личность другого человека, путем непосредственного их усмотрения, без обоснования с помощью доказательств. Осмысление данных восприятия осуществляется у познающего другого человека субъекта в этих случаях путем мгновенного обобщения в порядке мысленного замыкания непосредственно от исходных данных к результату; у него происходит быстрая мобилизация прошлого опыта на постижение психологической изнанки какого-то факта поведения или всей личности другого человека» (Бодалев, 1996. с. 51). Для интуитивного понимания характерно наличие большого опыта межличностного взаимодействия.

Среди зарубежных типологий видов понимания представляет интерес концепция Г. Смита. Он дифференцировал четыре способа понимания: рационалистическое (умозрительное), артистическое (художественное), практическое и эмпирическое (Смит, 2001).

✓ *Рационалистическое (умозрительное) понимание* – заключается в ощущении человеком того, что он понимает другого человека, близок ему и солидарен с ним.

✓ *Артистическое (художественное) понимание* – это способность человека осознавать видимые, слышимые и осязаемые аспекты другого человека и реагировать на них. В отличие от рационалистического понимания, в котором акцент ставится на внутренней реальности, артистическое понимание акцентирует реальности внешние.

✓ *Практическое понимание* – включает способность одного человека влиять на другого и изменять его поведение желаемым образом.

✓ *Эмпирическое понимание* – это способность одного человека точно предсказать чувства, мысли и поведение другого.

Рассматривая понимание людьми друг друга как результат процесса познания, многие ученые зачастую отождествляют низкий уровень понимания с непониманием. Непонимание субъектом другого человека заключается в несоответствии суждений, оценок, представлений о человеке его объективно существующим чертам, свойствам, мотивам.

Процесс познания людьми друг друга несет в себе большой элемент субъективности и пристрастности.

Способы, которые используют люди, как правило, страдают рядом недостатков, связанных, например, с такими факторами как: ошибки при кодировании, воспроизведении, анализе интерпретируемых данных; действие отвлекающей мотивации; дефицит времени, требуемый для оценивания.

Принципы наивного реализма, которыми люди руководствуются при интерпретировании событий окружающей их действительности, в обыденной жизни часто приводят к непониманию между людьми.

В исследованиях по атрибуции Л. Россом была описана фундаментальная ошибка атрибуции.

В самом общем виде фундаментальная ошибка заключается в переоценке личностных и недооценке обстоятельственных причин.

Э. Джонс и Р. Нисбетт приводят следующий иллюстрирующий ее пример. Плохо успевающий студент беседует с научным руководителем о своих проблемах. При этом можно зафиксировать их различные мнения по этому поводу. Студент – ссылается на обстоятельства: здоровье, стресс, домашние дела, потеря смысла жизни и др. Научный руководитель хочет верить в это, но в душе не согласен, так как прекрасно понимает, что дело не в обстоятельствах, а в слабых способностях или лени, неорганизованности студента и др. Позиции в данном случае различны у участника события (студент) и наблюдателя (преподаватель).

Существуют различные проявления данной ошибки, среди них: ошибка «ложного согласия», ошибка «неравных возможностей ролевого поведения», «ложных корреляций» и др.

«Ложное согласие» заключается в том, что воспринимающий принимает свою точку зрения как «нормальную» и потому полагает, что другим должна быть свойственна такая же точка зрения. Если она иная, значит, дело в «личности» воспринимаемого.

Установлено, что этот феномен проявляется не только в переоценке типичности своего поведения, но и в переоценке своих чувств, верований и убеждений.

Ошибка *«неравных возможностей ролевого поведения»*, состоит в том, что воспринимающий переоценивает личностные причины поведения воспринимаемого человека, не принимая в расчет его ролевую позицию.

Л. Росс продемонстрировал это положение при помощи следующего эксперимента. Группа испытуемых была разделена на «экзаменаторов» и «экзаменующихся». Первые задавали различные вопросы, и «экзаменующиеся», как могли, отвечали на них. Затем Росс попросил тех и других испытуемых оценить свое поведение. «Экзаменаторы» оценили и себя и «экзаменующихся» достаточно высоко, а вот последние приписали большую степень осведомленности «экзаменаторам», их личности. В данном случае не было учтено то обстоятельство, что по условиям эксперимента «экзаменаторы» выглядели «умнее» просто потому, что это было обусловлено их ролевой позицией (Росс, Нисбетт, 2000).

Очень часто люди допускаю ошибку *«ложных корреляций»*, произвольно соединяя какие-либо личностные черты как обязательно сопутствующие друг другу. Например, «все полные люди – добрые», «все мужчины невысокого роста – властолюбивы» и др.

«Ложные корреляции» позволяют быстро приписывать причину поведения наблюдаемой личности через произвольное связывание черт и причин.

Большой вклад в исследование приписывания причин в ситуациях успеха и неудачи внес Б. Вайнер. В ходе эксперимента испытуемым был обрисован гипотетический человек, который был либо успешен, либо неуспешен в каком-либо задании. Трудность задания при этом обозначалась как «внешняя» причина, а способности человека – как «внутренняя» причина. Установлено, что если человек более способный, то его успех приписывается внутренней причине, а неуспех – причине внешней. Напротив, для человека менее способного успех приписывается внешней причине («задание не слишком сложное»), а неуспех – внутренней причине («такой уж он») (Андреева, 2005).

Несколько слов скажем об *ошибках первого впечатления*. К ним относят «гало-эффект» (эффект ореола), проекцию, эффект снисходительности, искажающее влияние эмоциональных состояний и предрассудков и др.

«Гало-эффект» (эффект ореола) – это тенденция воспринимающего преувеличивать однородность личности партнера, переносить благоприятное впечатление об одном качестве человека на все его другие качества.

Наиболее часто эффект ореола запускается при неравенстве партнеров. Установлено, что люди склонны переоценивать различные психологические качества тех, кто превосходит их по какому-то важному для них параметру, либо недооценивать – если сами превосходят их.

В одном из своих экспериментов П. Уилсон показывал студентам разных групп колледжа одного и того же мужчину, которого он назвал «мистер Инглэнд». В одном классе его представляли как студента, во втором – как лаборанта, в третьем – как преподавателя, в четвертом – как доцента, в последнем – как профессора. После того как гость уходил, просили максимально точно определить его рост и рост самого экспериментатора. Оказалось, что рост Уилсона не менялся, а рост «мистера Инглэнда» увеличивался с повышением его социального статуса (Куницына и др., 2001).

С действием эффекта ореола связана и еще одна часто встречающаяся ошибка, которая заключается в том, что если человек нам нравится внешне, то одновременно мы склонны считать его более хорошим, интересным, умным и др.

Так, А. Миллер, применив метод экспертных оценок, отобрал фотографии людей красивых, обыкновенных и некрасивых. Затем показал эти фотографии мужчинам и женщинам в возрасте от 18 до 24 лет и попросил высказаться о внутреннем мире каждого из изображенных на фотографиях. Испытуемые оценили красивых как более искренних, уверенных, уравновешенных, счастливых, энергичных, любезных, утонченных и духовно богатых, по сравнению с теми, кого эксперты оценили как некрасивых или «обычных» (Куницына и др., 2001).

Еще один вариант действия эффекта ореола, – проявление фактора «отношение к нам». Те люди, которые нас любят или хорошо к нам относятся, кажутся нам значительно лучше тех, кто относится к нам плохо.

В одном из экспериментов студенты в течение получаса общались с новым преподавателем, который с одними испытуемыми вел себя доброжелательно, с другими отстраненно, подчеркивая социальную дистанцию. После этого студентов просили оценить его по ряду

характеристик: «доброжелательный» преподаватель получил значительно более высокую оценку, чем «холодный».

Проецирование – перенесение своих состояний на другую личность, приписывание ей черт, которые в действительности присущи самому воспринимающему, а у оцениваемой личности могут отсутствовать.

Психологи обнаружили, что испытуемые, в личности которых были ярко выражены желчность, упрямство, подозрительность, чаще замечали эти черты у людей, которых им предлагалось оценить, чем испытуемые, у которых эти черты отсутствовали.

Эффект снисходительности заключается в том, что все люди оцениваются положительно. Люди чаще стремятся использовать позитивные оценки, чем негативные, при этом у женщин данное свойство более выражено.

Испытываемые эмоциональные состояния также могут искажать наши оценки и впечатления.

Один из экспериментов, подтвердивший эту закономерность, состоял в следующем. Студенты театрального училища разыгрывали этюд, который в одном случае заканчивался дракой с убийством, в другом – страстной любовной сценой. Затем им предлагалось оценить своих случайных партнеров по этюду. Первая концовка этюда проявлялась в описаниях-оценках конкретных партнеров как преувеличение их настойчивости, агрессивности; в описаниях обнаруживалась неприязнь с оттенком недоброжелательства. Во втором варианте окончания этюда последующие описания партнеров приобретали оттенок расположения и приязни.

Эффект стереотипизации заключается в построении образа человека на основе уже существующего устойчивого представления, например, о членах определенной социальной группы. Так, очень часто, ярко выраженные профессиональные черты у носителя какой-либо профессии («все бухгалтеры – педанты») рассматриваются как черты, присущие всем представителям данной профессии, и др.

Среди эффектов восприятия можно назвать также *эффекты «первичности»* и *«новизны»*, обусловливающие построение образа воспринимаемого человека в зависимости от порядка предъявления информации о нем. Установлено, что при восприятии знакомого человека имеет более сильный вес новая информация (т.е. позже представленная), а при восприятии незнакомого человека – ранее предъявленная информация.

В ходе экспериментальных исследований, посвященных изучению межличностного понимания, были получены данные, говорящие о причинах, приводящих к непониманию другого человека, среди них: личностные свойства субъекта познания, например, такие как: неадекватная самооценка, тревожность, агрессивность, эгоцентрические установки; характеристики объекта познания: нежелание человека идти на контакт, закрытость, недоверчивость; особенности ситуации взаимодействия.

Помимо этого факторами, снижающими понимание, могут выступать: неадекватные стереотипы, шаблоны или эталоны межличностного восприятия; селективность восприятия, проявляющаяся в отборе только субъективно значимых качеств личности другого человека; негативные установки и др.

Подводя итог, следует отметить, что проблема понимания людьми друг друга была и остается чрезвычайно актуальной. На сегодняшний день исследования межличностного понимания включены в циклы работ по социальному интеллекту личности, коммуникативной компетентности, эмоциональному интеллекту, мудрости и др. Однако вопрос о том, что же стоит за этим феноменом, до сих пор остается открытым и многое еще предстоит изучить.

Глава 8

МАЛЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ГРУППЫ

Социальная группа является центральным понятием в социальной психологии. Ученые обратились к изучению социальных групп в начале XX века. Один из первых учебников «Социальная психология» американского социолога Э. Росса был посвящен проблемам социальных групп. Росс считал, что социальное поведение в группах определяется подражанием людей друг другу. Огромное разнообразие групп существует в человеческом обществе.

Определение понятия «социальная группа»

В зарубежной социальной психологии было создано целое направление «Групповая динамика», занимавшееся исключительно изучением социальных групп. Основателем этого направления был немецкий, а затем американский социальный психолог К. Левин. Он создал институт групповой динамики при Гарвардском университете в 1939 году. Сотрудники этого университета Д. Картрайт и А. Зандер дают следующее определение: «Группа составляет собрание индивидов, часто взаимодействующих друг с другом». Взаимодействие людей является основным признаком социальной группы. Так, другой американский социальный психолог С. Аш считал, что «взаимодействие – это основа группы».

В российской психологии изучение социальных групп также занимает важное место в системе социально-психологической науки. Московский социальный психолог А. Донцов считает, что «группа представляет собой совокупность свободно объединившихся, равно полезных друг другу индивидов, в процессе кооперативного взаимодействия удовлетворяющих личные запросы и желания» (Донцов, 1984, с. 27).

Классификация социальных групп

Следует учитывать, что группа является составным элементом социальной структуры общества. В самом широком плане социальная группа составляет общность людей, объединенных на основе определенных признаков. В зависимости от того, какой признак мы

рассматриваем при социально-психологическом анализе, возможны как минимум четыре классификации социальных групп. Выделим основные признаки классификации:

1. Численность членов группы.
2. Время взаимодействия.
3. Структурные особенности группы.
4. Система взаимодействий в группе.

Первая классификация основана на таком критерии, как численность людей, входящих в данную группу. Выделяют три типа групп:

✓ *Большая социальная группа* – это многочисленная общность людей, находящихся в социально-структурной зависимости друг от друга. В большую группу могут входить тысячи и миллионы человек. Характерной особенностью такой группы служит отсутствие непосредственного контакта и взаимодействия людей, отсутствие внутренней структуры. Трудовые связи людей опосредованы социальной структурой общества. Примерами больших групп могут служить: этническая общность, социально-демографическая группа (гендерные группы: мужчины – женщины; возрастные группы: дети – молодежь – люди зрелого возраста – пенсионеры), профессиональные группы, политические партии.

✓ *Средняя социальная группа* – это относительно многочисленная общность людей, которые находятся в опосредованном функциональном взаимодействии друг с другом. Численность таких групп может составлять сотни и тысячи человек. Характерными особенностями таких групп является знакомство друг с другом не как с личностью, а как с человеком, имеющим определенный социальный статус. Человек является членом такой группы, поскольку он выполняет определенные функции в группе. Структура группы обычно юридически оформлена и закреплена в Уставе. Связи в процессе труда определяются официальной структурой группы. Примерами средних групп могут быть различного рода организации: фирмы, учебные и медицинский учреждения и пр.

✓ *Малая социальная группа* представляет собой немногочисленную общность людей, имеющих непосредственный личный контакт и осуществляющих тесное взаимодействие в процессе совместной деятельности. Малая группа включает десятки человек. Люди постоянно общаются друг с другом, могут охарактеризовать своих партнеров как личностей, знают их достоинства и недостатки. В малой группе осуществляется реальное поведенческое членство, существу-

ет развитая неформальная структура. Трудовые связи тесные, непосредственные, взаимозависимые. Примерами малых групп может служить бригада рабочих на промышленном предприятии, сотрудники отдела в фирме, школьный класс.

Вторая классификация основана на таком критерии, как время взаимодействия, выделяются два типа групп:

- ✓ *Кратковременные группы.*
- ✓ *Долговременные группы.*

Большие, средние и малых группы могут быть как кратковременными, так и долговременными. Например, политические партии могут существовать веками, как тори и виги в Великобритании, так и быстро прекращать свою деятельность. Этнические группы, как правило, – это долговременные группы, существующие тысячелетиями. Пример кратковременной группы: люди, работающие совместно в бригаде могут расстаться, выполнив порученную работу. Семья может существовать десятки лет, а может быстро распасться после развода супругов.

Третья классификация использует такой критерий, как структурная целостность группы. По этому признаку выделяют:

✓ *Первичные группы* – не разложимые далее на составные части структурные подразделения официальной организации, например, сотрудники отдела на фирме, сотрудники лаборатории или кафедры в ВУЗ. Первичная группа – это всегда малая формальная группа.

✓ *Вторичные группы* – это совокупность первичных малых групп. Промышленные предприятия, насчитывающие тысячи работников, относятся к типу вторичных групп, потому что состоят из более мелких структурных подразделений. Таким образом, любая организация промышленного предприятия, торговой фирмы, корпорации – это средняя, вторичная, чаще всего долговременная группа.

Четвертая классификация определяется таким признаком как система взаимодействий членов группы. Эти взаимодействия определяют структуру группы. Первичным элементом структуры группы является статус отдельного члена группы по отношению к другим людям. Выделяют два типа статуса: формальный и неформальный. Статус человека в группе детерминируется его позицией (положением, социально-психологическим местом) в структуре взаимоотношений. Структура группы характеризуется расположением статусов, их иерархией и соподчиненностью. В зависимости от того, какой тип ста-

туса мы рассматриваем, определяется и тип структуры группы. Социальные группы подразделяется на два типа:

- ✓ *Формальная группа.*
- ✓ *Неформальная группа*.

Формальная группа возникает на основе официального распределения обязанностей членов группы в процессе трудовой деятельности и имеет формальную структуру. В этой структуре учитываются только те свойства членов группы, которые определяются их формальным (официальным) статусом, который характеризует их как работающих сотрудников. Формальная структура – это устойчивое образование иерархического типа, расположенная по принципу «руководитель – подчиненные». Количество иерархических позиций зависит от количества членов группы.

Неформальная группа возникает на основе интересов, потребностей, целей членов группы. В зависимости от особенностей личности участников совместной деятельности – профессиональные и коммуникативные знания, способности, жизненный опыт, общительность – складываются специфические отношения членов группы и неформальная структура, которая представляет собой более динамичное образование, чем формальная. В теории социометрии разработана иерархия неформальных статусов:

- *Лидер* – это член группы, который обладает наиболее высоким положительным статусом, заслужил авторитет у членов группы, оказывает на них влияние, пользуется их доверием и чаще всего определяет алгоритм решения групповой задачи.
- *Принятые* – это большинство членов группы. Согласно социометрическому критерию они имеют средний положительный статус, поддерживают лидера в его начинаниях.
- *Изолированные* – это члены группы, которые, согласно социометрии, обладают нулевым статусом, они самоустранились от участия в групповом взаимодействии. Причинами такого устранения могут быть личностные качества – застенчивость, интроверсия, чувства неуверенности в себе или неполноценности. Члены группы мало общаются с таким членом группы, поскольку он держится в стороне и не идет на контакт.
- *Отвергнутые* – это такие члены группы, которые имеют отрицательный неформальный статус. Группа сознательно или неосознанно (из-за чувства недоверия) отстраняет таких людей от участия в

групповой работе. Причинами отверженности могут быть неблаговидные поступки, ненадежность и безответственность в делах.

Таким образом, статус человека в группе определяет ее структуру и тип.

Согласно Г.М. Андреевой, социальные группы можно подразделить на два типа:

- ✓ *Условные группы* – это совокупность людей, объединенных по какому-то общему для них признаку (полу, возрасту, уровню образования, характеру деятельности). Люди, составляющие такие группы, не имеют ни прямых, ни косвенных взаимодействий и взаимоотношений друг с другом, например, группа людей, имеющих одну и ту же профессию.
- ✓ *Реальные группы* представляют собой общность людей, существующей в общем для них пространстве и времени и объединенных общими интересами и мотивами. Социальная психология изучает, прежде всего, реальные социальные группы.

Большие социальные группы Г.М. Андреева подразделяет на стихийные и устойчивые. К стихийным группам можно отнести толпу людей, собравшихся на площади, публику на концерте рок-кумира. Устойчивые группы – это длительно существующие организации, структурированные и официально оформленные.

Малые группы Г.М. Андреева также делит на два типа: становящиеся и развитые. В первом случае, это группы только начинающие путь своего развития, во втором случае, это группы, достигшие высокого уровня (Андреева, 1980).

Американский социолог Г. Хаймен в 1942 году также предложил оригинальную классификацию социальных групп. Он выделил два типа групп:

- ✓ *Группы членства*, к которым человек принадлежит в реальности.
- ✓ *Референтные группы,* в соответствии с нормами и ценностями которых человек оценивает свое собственное поведение.

Референтность означает, что членство в группе представляется человеку очень значимым и ценным. К референтным группам человек причисляет себя психологически или хотел бы к ней принадлежать. Например, абитуриенты при поступлении в вуз хотели бы принадлежать к группе студентов.

Группа членства может быть, а может и не быть референтной. Референтная группа может быть реальной, а может быть воображаемой. Эта такая группа, на мнения, нормы и ценности которой чело-

век ориентируется, например, различные молодежные объединения, в которые молодой человек хотел бы вступить.

Американский социальный психолог Т. Ньюком разделил позитивные и негативные референтные группы. Позитивные – это привлекательные для человека группы, он принимает их нормы и ценности, добивается принадлежности к таким группам, отождествляет себя с ними. Негативные – это отвергаемые группы. Человек не только не отождествляет себя с такой группой, но и использует ее как критерий оценки того, кем он не является и хотел бы быть (Свенцицкий, 2003).

Функции социальной группы

Социальные группы играют определяющую роль в жизни и деятельности человека. Американский социолог Н. Смелзер определил следующие функции социальных групп:

- *Функция социализации* означает процесс усвоение ценностей и норм и включения личности в определенную социальную среду. Именно в группе, прежде всего, в семье и школе, человек овладевает набором социальных умений и навыков. Социализация личности осуществляется на протяжении всей жизни человека. Основным способом социализации является процесс общения человека с другими людьми.
- *Экспрессивная функция* означает удовлетворение потребностей людей в одобрении их поведения, доверии и уважении. Удовлетворение от общения с близкими людьми человек получает в малых неформальных группах.
- *Инструментальная функция* проявляется в осуществлении совместной деятельности в группе, предоставлении возможности для самореализации.
- *Поддерживающая функция* группы выражается в том, что люди стремятся к объединению в трудных ситуациях. Только совместная, слаженная деятельность, сплоченность группы помогает преодолеть трудности (Свенцицкий, 2003).

Уровни развития малой группы

Уровень развития группы – это качественный этап, характеризующий ее социально-психологическую зрелость. Малые группы развиваются в пределах континуума – от низшего уровня к высшему. Существует несколько классификаций уровней развития группы. Е.С. Кузьмин назвал четыре уровня:

- ✓ *Номинальная группа*. В такой группе достигаются личные цели ее членов, либо цели, предписанные организацией.
- ✓ *Кооперация* – это небольшая группа людей, реализующая групповые цели на основе совместного дела, основанного на временных, но целесообразных связях.
- ✓ *Коллектив* характеризуется оптимальной, устойчивой организацией деятельности, необходимой для решения общественно значимых производственных задач. Члены группы принимают цели группы. В самой группе развивается благоприятный социально-психологический климат.
- ✓ *Гомфотерная группа*. Такой группе присущ высокий уровень самоорганизации, развитые официальные и неофициальные цели и нормы, высокий уровень совместимости (Кузьмин, 1967).

Наиболее подробную классификацию уровней развития малой группы предложил Л.И. Уманский. Опишем эти уровни подробно:

Конгломерат представляет собой группу ранее незнакомых людей, оказавшихся одновременно на одной территории. Примером конгломерата может быть толпа людей на площади или люди на остановке, ждущие автобуса. Каждый член группы преследует свою индивидуальную цель, структура группа отсутствует. Люди не знакомятся друг с другом и такой конгломерат быстро распадается.

Номинальная группа возникает, когда люди собираются вместе и получают общее название (наименование). Это может быть группа первокурсников в первый день занятий в ВУЗе, не получившие еще студенческих билетов.

Ассоциация – это группа, объединенная общей целью и совместной деятельностью. В такой группе начинает формироваться групповая структура и групповая динамика. В группе появляются общие интересы с учетом интересов каждого, формируются элементарные групповые нормы (например, норма – не опаздывать), появляются претенденты на лидерскую роль.

Кооперация состоит из активно взаимодействующих людей, добивающихся определенного результата в совместной деятельности. В

группе появляются успешные лидеры, способные организовать членов для решения поставленной задачи. Структура группы четко оформляется, появляются формальные и неформальные групповые роли. У людей начинает вырабатываться общегрупповая мораль, нормы регуляции поведения и ценности.

Автономия представляет собой целостную и обособленную группу, работающую для достижения совместных целей. Члены группы получают не только результат, но и удовлетворенность от участия в совместной деятельности. Люди адаптируются друг к другу, но в такой группе может появиться тенденция подавления индивидуальности каждого члена. Если группа полностью подавит индивидуальность, подчинит себе членов группы, их интересы и потребности, то появится группа-корпорация, если же в группе будет достигнуто гармоничное сочетание индивидуальных, групповых и общественных интересов, то возникнет группа-коллектив.

Корпорация характеризуется гиперавтономией, замкнутостью закрытостью, изолированностью от других групп. Корпорация противопоставляет себя другим группам, удовлетворяет свои интересы и потребности за счет других групп. Члены группы полностью подчиняются жесткой иерархии и групповой морали, отказываются от своих интересов в пользу групповых. В группе расцветают эффекты группового эгоизма и фаворитизма. В том случает, когда группа-корпорация начинает удовлетворять свои интересы за счет общества, она превращается в преступную организацию.

Коллектив означает группу людей, реализующих совместную деятельность, добивающихся высоких показателей в своей деятельности на основе гармонизации общественных, индивидуальных и групповых интересов. Принятие группового решения осуществляется на основе консенсуса. В коллективе складывается хороший психологический климат, люди уважают и доверяют друг другу, оказывают помощь в случае необходимости. Коллектив – это пик, вершина развития группы. Достижение этого уровня – трудная задача для любой группы. Как правило, достигнув вершины, группа спускается на более оптимальный, работоспособный уровень – кооперацию или ассоциацию (Почебут, Мейжис, 2010).

Групповые эффекты

Групповые эффекты являются механизмами функционирования группы. Они представляют собой разнообразный набор способов, с помощью которых осуществляется влияние людей друг на друга.

Открытие феномена влияния присутствия других людей на деятельность и психические состояния человека предопределило развитие экспериментальной социальной психологии и формирование ее как самостоятельной науки. Этот феномен является базовым в социальной психологии и влияет на особенности других социально-психологических эффектов.

Эффект социальной фасилитации

Впервые этот эффект был обнаружен в экспериментах американского психолога Н. Триплетта в 1897 году. Ученый изучал факторы, определяющие скорость движения велосипедистов на треке. Он установил интересный факт – велогонщики быстрее проходят дистанцию в тех случаях, когда соревнуются друг с другом. Когда же велогонщики тренируются на треке в одиночку, они показывают более худшие результаты.

В дальнейшем подобные эксперименты повторяли В. Меде, Ф. Оллпорт, В.М. Бехтерев, М. де Ланге. Они изучали психологические особенности людей, выполняющих иные виды деятельности. Ф. Оллпорт в 1921 году назвал этот феномен эффектом социальной фасилитации, то есть повышение мотивации в присутствии других людей. Экспериментально был зафиксирован также эффект социальной ингибиции – снижение мотивации в присутствии других.

Позднее, в 1960-х годах американский ученый Р. Зайенс провел серию экспериментов и доказал – присутствие других людей создает нервно-психическое возбуждение в коре головного мозга, что усиливает доминирующую реакцию. Такое возбуждение называется социальным и присуще всем людям. Человек реагирует на других людей инстинктивно, повышая или понижая свою мотивацию. При этом важным фактором оказалась степень сложности и новизны решаемой задачи. При решении сложных задач, когда алгоритм решения не известен, а правильный ответ не напрашивается сам собой, социальное возбуждение затрудняет умственные операции (анализ, синтез, установление причинно-следственных связей), что приводит к неправильному решению. Внимание человека с решения задачи переключается на окружающих людей, поскольку они являются самым зна-

чимым фактором поведения. При решении простых задач человек легко справляется с заданием, поскольку алгоритм решения ему известен, мотивация повышается. Вторым важным фактором оказалось отношение окружающих людей к данному человеку. При позитивном отношении его мотивация возрастает, а при негативном может и значительно снизиться (Почебут, 2017).

Эффект групповой идентичности

Эффект принадлежности к группе является также базовым эффектом. Он был описан в начале XX века английскими психологами У. Макдугалом, У. Троттером, американским социологом Э. Мэйо. Термин «идентификация» ввел в науку З. Фрейд. Затем английские психологи Г. Тэджфел и Дж. Тернер разработали теорию социальной идентичности. Основные положения этой теории:

1) человек реализует свою базовую потребность в самоуважении посредством группового членства;

2) отвечая на вопрос «Кто Я?», человек относит себя к определенной социальной категории, идентифицируя себя с какой-либо группой;

3) для того, чтобы реализовать свою потребность в самоуважении, он стремится оценить свою группу позитивно;

4) позитивная оценка своей группы поднимает ее социальный статус, престиж и способствует позитивной социальной идентичности человека;

5) негативная оценка и неблагоприятное сравнение своей группы с другими приводит к негативной социальной идентичности.

Групповая идентичность является диспозиционным образованием, то есть представляет собой установку на принадлежность к определенной группе (Почебут, 2017).

Эффект конформизма

Впервые эффект конформизма был изучен американским психологом С. Ашем в 1956 году. Ученый проводил эксперименты с подставной группой и наивным испытуемым. Процедура эксперимента состояла в следующем: вначале каждый испытуемый в отдельности сравнивал длину нарисованных на доске отрезков. Затем группе из семи человек предлагали договориться и выработать общее решение об оценке длины отрезков. Тайна эксперимента состояла в том, что только один испытуемый был наивным, а остальные состояли в сговоре с экспериментатором и согласованно давали заведомо ложный ответ. Вначале отвечали подставные испытуемые, затем – наивный.

Он был крайне удивлен тем, что остальные дают неверные ответы. Однако, по данным С. Аша, 37% его испытуемых соглашались с мнением группы. С. Аш назвал это эффектом конформизма.

Конформизм – это изменение поведения или мнения человека в результате реального или воображаемого давления группы.

В экспериментах российского социального психолога Н.Н. Обозова, проведенных в 1970-х годах, число конформных реакций доходило до 62,2%.

Условия возникновения конформизма:

1) конформизм возрастает, если задание сложное или если испытуемый чувствует свою некомпетентность. В этих случаях он склонен доверять окружающим людям;

2) люди, имеющие заниженную самооценку, более склонны подчиняться групповому давлению;

3) наибольший конформизм люди проявляют, находясь в группе из 7 человек;

4) конформизм повышается, если собирается группа экспертов;

5) конформизм растет, если группа является референтной для человека;

6) конформизм повышается, если члены группы принадлежат к одной социальной среде;

7) наличие союзника, то есть человека сомневающегося в правильности ответов остальных членов группы, снижает уровень конформизма.

Результаты социально-психологических американских исследований выявили следующие закономерности:

- поведение человека зависит от мнения и поведения окружающих людей;
- при принятии решения возникает конфликт между сенсорной (получаемой человеком самостоятельно) и социальной (получаемой от других людей) информацией. В большинстве случаев победу одерживает социальная информация.

Ответ на влияние группы человек может показывать один из четырех типов поведения:

- *истинный или внешний конформизм (уступчивость)*. Мнения и суждения группы поддерживаются человеком лишь внешне. На самом деле он продолжает не соглашаться с группой, не высказывая своего мнения вслух. Это соглашательский, приспосабливающийся тип поведения;

- *внутренний конформизм*. Человек действительно принимает мнение большинства и соглашается с ним, что показывает высокую степень внушаемости. Это тип поведения человека, приспособившегося к группе;
- *негативизм* – сопротивление давлению, влиянию группы. Человек активно отстаивает свое мнение, спорит, доказывает, хочет, чтобы его мнение стало мнением всей группы. Это тип человека, стремящегося приспособить группу к себе;
- *нонконформизм* – независимость и самостоятельность суждений, неподверженность давлению группы. Это тип поведения самодостаточного человека, не меняющего свою точку зрения в угоду большинству и не навязывающего свою точку зрения другим (Почебут, 2017).

Эффект подчинения авторитету

Этот эффект был описан американским психологом С. Милграмом в 1960-х годах. Процедура эксперимента состояла в следующем: в газете публиковалось объявление о том, что набираются добровольцы для участия в эксперименте. Каждый человек, пожелавший участвовать в эксперименте, вначале знакомился с экспериментатором, а затем с другим испытуемым (помощником экспериментатора). Испытуемому говорили, что он должен сыграть роль учителя биологии. При этом изучается эффект наказания за неверные ответы. Испытуемый («учитель») в отдельной комнате общался через переговорное устройство со своим «учеником». На столе лежал перечень вопросов и правильных ответов. За каждый неверный ответ он должен был наказывать своего «ученика» ударом тока. На столе была панель с кнопками от 15 до 450 вольт.

«Ученик» допускал многочисленные ошибки. Каждый раз, когда «учитель» колебался – нажимать на кнопку или нет – к нему подходил экспериментатор и просил, а затем и приказывал продолжать работу. Испытуемый слышал крики и жалобы «ученика», требовавшего прекратить его мучения от ударов током, но испытуемый выполнял приказы экспериментатора.

С. Милграм очень удивился, когда обнаружил, что 62,5% испытуемых доводили «обучение» до самого высокого уровня. В среднем максимальный уровень разряда составил 368 вольт.

С. Милграм открыл эффект подчинения авторитету, который означает, что один человек делает то, что велит ему делать другой. Свои опыты он начал, заинтересовавшим феноменом массового подчинения в нацисткой Германии во время Второй Мировой войны.

Фашисты бездумно подчинялись античеловеческим приказам начальства, уничтожив миллионы людей. С. Милграм доказал, что такое поведение может быть присуще и самым обычным людям, не поддерживающим идеологию нацизма (Милграм, 2000).

Эффект социальной лени

Данный эффект был открыт французским инженером М. Рингельманом. Он обнаружил, что коллективная работоспособность группы не превышает половины от суммы работоспособности ее членов. Эффект социальной лени заключается в том, что по мере увеличения количества членов группы происходит уменьшение среднего индивидуального вклада в общее дело. Оказалось, что часть членов группы менее мотивированы и прилагают меньше усилий именно при выполнении совместных действий. М. Рингельман проводил эксперименты с поднятием тяжестей отдельными людьми, а затем в группе. Он доказал, что если продуктивность одного человека принять за 100%, то двое вместе поднимут вес, который не в два раза больше, а лишь на 93% суммарного веса, поднятого бы двумя людьми. Три человека поднимут 85% возможного веса, а восемь человек – только 49%. Рингельман предложил формулу оценки среднего вклада работника в общее дело:

$$С = 100 – 7 (К – 1)$$

где С – средний индивидуальный вклад участников, К – количество членов группы.

Социальная лень – это тенденция людей прилагать меньше усилий в ситуации, когда объединяют свои усилия ради общей цели, нежели в ситуации, когда они действуют в одиночку и несут за свои действия персональную ответственность (Майерс, 2006).

Социальная лень проявляется не только в деятельности людей, но и в общественном поведении. В 1979 году Б. Латане описал феномен невмешивающегося свидетеля в кризисную или экстремальную ситуацию на улицах больших городов. Он показал, что число свидетелей трагического происшествия препятствует оказанию помощи со стороны окружающих. Обнаружена закономерность: человек с большей вероятностью дождется помощи в малой группе, чем в окружении большего количества людей (Аронсон и др., 2004).

Глава 9

БОЛЬШИЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ГРУППЫ

Большая социальная группа – это многочисленная долговременная или кратковременная общность людей, находящихся в социально-структурной зависимости друг от друга.

Для характеристики больших социальных групп Г.М. Андреева выделяет общие признаки: нравы, обычаи и традиции; образ жизни. В рамках определенного образа жизни приобретают особое значение интересы, ценности, потребности; наличие специфического языка. Например, для этнических групп «язык» имеет огромное значение, являясь основным маркером этничности. В профессиональных группах используется свой специфичный «язык», например, терминология врачей, психологов или юристов.

Однако общие черты, свойственные большим группам, нельзя абсолютизировать. Каждая из этих групп обладает своеобразием: нельзя однозначно охарактеризовать класс, нацию, какую-либо профессиональную группу или молодежь. Значимость каждого вида больших групп в историческом процессе различна, как различны и многочисленные их особенности. Поэтому все «сквозные» характеристики больших групп должны быть наполнены специфическим содержанием (Андреева, 1996).

По мнению А.Л. Свенцицкого, к социальным группам относят также объединения людей, имеющих какие-либо общие характеристики, например, студентов вузов, безработных, инвалидов и пр. Подобные группы называются социальными категориями (Свенцицкий, 2014).

Уровни развития больших социальных групп

Г.Г. Дилигенский выделил три этапа, которые в своем развитии проходят большие социальные группы.

Первый этап – типология. Этот этап является базовым. Люди, объединенные в группы на этом этапе, имеют общие признаки, которые не составляют основания для создания психологической общности. Такие группы не обладают единством. Например, предприниматели на первых этапах формирования этой социальной группы в нашей стране.

Второй этап – идентификация. Этот этап характеризуется наличием группового самосознания; члены групп осознают свою принад-

лежность к данной группе, идентифицируют себя с ее членами. Предприниматели причисляют себя к новой социальной общности.

Третий этап – солидарность или интегрированность. На этом этапе возникает осознание членами группы общности своих интересов, готовности к совместным действиям во имя групповых целей. Например, предприниматели осознают общность своих интересов, отличных от интересов других социальных общностей, объединяются в ассоциации, союзы и т.п. (Почебут, 2004).

В реальной жизни всякая общность вступает во взаимодействие с другими общностями и в «чистом» виде не существует. Класс включает в себя слои, классовые границы не совпадают с национальными, профессиональными, половыми и т.д. Эти общности могут многократно пересекаться. Степень включенности людей в эти разные общности, идентификация с какой-то из них и взаимоотношения между ними определяют социально-психологический статус группы.

Структура большой социальной группы

Структура большой социальной группы состоит из целого ряд элементов. В отечественной социальной психологии большинство исследователей (Г.Г. Дилигенский, А.И. Горячева, Ю.В. Бромлей и др.) выделяют две составные части в структуре больших групп:

1) психический склад как устойчивое образование (к которому могут быть отнесены социальный или национальный характер, нравы, обычаи, традиции, вкусы и т.п.);

2) эмоциональная сфера как подвижное динамическое образование (в которую входят потребности, интересы, настроения).

Л.Г. Почебут (2017) выделяет следующие различия между большими, средними и малыми группами (табл. 5).

Таблица 5

Основные различия между группами (Почебут, 2017, с. 403)

Признаки	Малая группа	Средняя группа	Большая группа
Численность	Десятки человек	Сотни человек	Тысячи и миллионы
Контакт	Личный: знакомство друг с другом на личном уровне	Статусно-ролевой: знакомство на уровне статусов	Отсутствие контакта

Таблица 5 (продолжение)

Признаки	Малая группа	Средняя группа	Большая группа
Членство	Реальное поведенческое	Функциональное	Условное социально-структурное
Структура	Развитая внутренняя формальная и неформальная	Юридически оформленная	Отсутствие внутренней структуры
Связи в процессе труда	Непосредственные трудовые	Трудовые, опосредованные официальной структурой организации	Трудовые, опосредованные социальной структурой общества
Примеры	Бригада рабочих, школьный класс, группа студентов, сотрудники кафедры	Организация: все сотрудники предприятия, вуза, фирмы	Этническая общность, социально-демографическая группа, профессиональная общность, политическая партия

Различные аспекты функционирования больших групп рассматриваются на социетальном уровне, т.е. исходя из понимания общества как определенной целостности. Имеющиеся (немногочисленные) классификации больших социальных групп включают в себя как группы в сугубо социально-психологическом значении этого понятия, так и социальные категории, например, студенты вузов, читатели библиотек и т.п. (Свенцицкий, 2014).

Классификации больших социальных групп

Классификация социально-психологических общностей или групп осуществляется на основе самых различных принципов. Могут употребляться критерии различия по характеру деятельности, месту в социальной структуре, по механизму функционирования, целям и задачам и т.д. Существует несколько классификаций больших социальных групп.

Г.Г. Дилигенский выделяет два типа социальных групп. Первый тип – объединение людей, имеющих общий объективно существующий и социально значимый признак. Например, таким признаком может быть демографический. Эти группы по своему составу гомогенны, однородны, но именно по признаку их выделения. Второй тип групп характеризуется тем, что люди, их составляющие, сознательно стремятся к объединению. Примером этих групп являются религиозные группы, партии, союзы, общественные движения. По своему социальному составу эти группы разнородны. По социально-психологическим характеристикам они более однородны, чем группы первого типа. Если в первом типе приоритетное значение имеет объективная сторона общности, то во втором – субъективная. Речь идет о психологической общности. Субъективная общность может не совпадать с общностью объективной (Почебут, 2004).

В.Е. Семенов, изучая социально-психологические характеристики больших социальных групп, выделяет следующие их основные разновидности: 1) классы, слои, социально-профессиональные группы; 2) нации и народности; 3) социально-демографические группы; 4) территориально-региональные группы; 5) группы-организации; 6) кратковременные группы (организованные и неорганизованные); 7) группы-аудитории: локальные и рассредоточенные (Кузьмин, Семенов, 1979).

Б.Д. Парыгин считал, что величина общностей является логическим основанием для их дифференциации. Тогда можно говорить о различии всех общностей на 1) глобальные или локальные макрообщности: человечество, историческая общность, этническая общность, классовая психология, массовая психология; 2) на общности среднего уровня: социальный институт, социальная организация; 3) микрообщности: малая группа, семья и брак, характеризующиеся любовью и дружбой, первичный трудовой коллектив, учебная группа (Парыгин, 1999).

Г.М. Андреева подразделяет большие группы на два вида: организованные устойчивые группы и стихийные группы (табл. 6).

Таблица 6

Классификация больших социальных групп (Андреева, 1996)

Большие социальные группы	
Организованные устойчивые группы, которые сложились в ходе естественного развития общества	**Стихийные группы**, возникшие по поводу каких-либо событий
Социальные классы, социальные слои	Толпа
Этнические группы (нации и народности)	Масса
Профессиональные группы	Публика
Социально-демографические группы (группы, выделенные по полу, и возрасту)	
Крупные организации	

Однако Б.Д. Парыгин отмечает, что при такой классификации понятие группы, подменяет более широкое понятие общности и рассматривается преимущественно под углом практики эмпирического, даже экспериментального исследования» (Парыгин, 1999).

Организованные группы

Организованные группы – это сложившиеся в ходе исторического развития общества, занимающие определенное место в системе общественных отношений каждого конкретного типа общества и потому долговременные, устойчивые в своем существовании. К этому виду следует отнести прежде всего социальные классы, различные этнические группы (например, нации), профессиональные группы, гендерные и возрастные группы (например, мужчины, женщины, молодежь, пожилые люди и т.д.). По мнению А.Л Свенцицкого, вряд ли оправдано относить классы и нации к организованным группам, поскольку ни классы, ни нации не имеют какой-либо официальной структуры взаимосвязей, системы формализованных норм разделяемыми всеми представителями класса или нации. А ведь именно это характерно в первую очередь для организованных групп, и не только

больших, но и малых. Скорее всего, классы и нации представляют собой специфические большие группы, которые «не помещаются» в данную классификацию» (Свенцицкий, 2014).

- **Социальные классы**

При анализе психологической составляющей психологии классов в большей степени используется социологический подход. Одним из самых значимых элементов в данном случае являются классовые потребности. Важным элементом эмоциональной сферы классовой психологии являются интересы. Кроме потребностей и интересов к психологии класса иногда относят так называемые «социальные чувства», определенные характеристики эмоциональных состояний, свойственных группе. В некоторых классификациях компонентов классовой психологии вводятся еще и другие элементы, иногда включают такие, как «набор социальных ролей», «социальная ориентация личности» (система ее ценностных ориентаций, норм поведения и осознания целей жизнедеятельности), «психический склад», «социальный характер», образ жизни. Социально-психологический аспект исследования образа жизни состоит в том, чтобы при анализе объективного положения класса определить и объяснить доминирующий образ поведения основной массы представителей этого класса в типичных ситуациях повседневной жизни. Важно также изучение регуляции поведения и деятельности членов социальной группы.

- **Этнические группы**

Другим примером больших социальных групп, значимых в историческом процессе, являются различные этнические группы. Осознание этнической принадлежности, прежде всего национальной, зависит от конкретных социально-исторических условий существования данной этнической группы. На уровне обыденного сознания можно зафиксировать целый ряд характеристик, которые свойственны именно данной этнической группе. В соответствии с традицией, сложившейся в социальной психологии больших групп, в психологии этнических общностей различаются две части: 1) наиболее устойчивая часть – психический склад (куда включают национальный или этнический характер, темперамент, а также традиции и обычаи) и 2) динамичная часть – это эмоциональная сфера, которая состоит из этнических чувств, нравов, предпочтений, предрассудков (Бромлей,1973).

- **Профессиональные группы**

Под профессиональными группами понимают совокупность работников, связанных единой деятельностью и близкими по содержанию профессиональными ролями. Члены профессиональной группы обычно обладают одинаковой специализацией и общими профессиональными ценностями. Их также отличают некоторые особенности культуры, одно из проявлений которой – профессиональный язык и профессиональная солидарность. Профессиональная структура рассматривается как часть социальной структуры. Профессиональные связи характеризуются как особая форма социальных связей, а профессиональные различия – как особая форма социальных различий (Подмарков, 1972).

- **Социально-демографические группы**

Это группы, основанные на критериях «пол» и «возраст». Они объединены по общему объективно существующему и социально значимому признаку. Это социально-демографические группы мужчин, женщин, одного поколения, молодежь, люди среднего возраста, пожилые люди и т.д. Характеристика этих групп как социальных определяется их значимостью в жизни общества, ролью в системе общественных отношений (в системе производства, в семье). Эти группы по своему составу гомогенны, однородны.

- **Крупные организации**

Особую разновидность составляют большие группы – организации, к которым принадлежат коллективы предприятий и учреждений, воинских подразделений и т.п. включающие сотни и тысячи людей (Кузьмин, Семенов, 1979).

Стихийные группы

Стихийные группы возникают случайно, они, как правило, кратковременны. В социальной психологии выделяют разновидности стихийных групп: аудитория, участники митинга, публика, толпа. Некоторые авторы объединяют их общим названием – толпа. С нашей точки зрения эти понятия необходимо четко различать.

- **Толпа**

Толпа – это неорганизованная группа людей, в которой изменяется протекание психических процессов, основными регуляторами поведения становятся инстинкты (Почебут, 2017).

Г. Ле Бон считал, что одного факта случайного пребывания вместе множества людей недостаточно для того, чтобы они прониклись психологией толпы и выступили в едином порыве. Образование толпы связано с наличием в ней трех основных свойств:

- Исчезновение сознательной, разумной личности. «В толпе интеллектуальные способности индивидов исчезают; разнородное утопает в однородном. В толпе может происходить накопление только глупости, а не ума», – утверждал он.
- Место сознательной личности занимает коллективное бессознательное. «Сознательная жизнь ума, – отмечал он, – составляет лишь очень малую часть по сравнению с его бессознательной жизнью. Элементы бессознательного образуют душу толпы» (Ле Бон, 1998, с. 134–135).
- Доминирование бессознательного приводит к тому, что чувства и мысли людей получают одинаковое направление. Ле Бон отмечал поразительный факт, наблюдающийся в толпе: индивиды составляют толпу вне зависимости от их образа жизни, занятия, характера или ума. Одного факта превращения в толпу достаточно для того, чтобы у людей образовался род коллективной души, заставляющей их чувствовать, думать и действовать совершенно иначе, чем чувствовал бы, думал и действовал каждый из них в отдельности. Ученый открыл *психологический закон духовного единства толпы* (курсив Ле Бона). Закон проявляется в том, что сознательная личность исчезает, а чувства и идеи индивидов, образующих толпу, принимают одно и то же направление. Образуется коллективная душа, имеющая временный характер и очень определенные свойства.

Ле Бон обращает свое внимание на психологию толпы, как целостного образования. Он называл пять основных свойств толпы:

- ✓ Импульсивность, изменчивость и раздражительность толпы. В толпе у человека утрачивается способность контролировать свои инстинкты, импульсивное эмоциональное поведение становится доминирующим.
- ✓ Податливость внушению и легковерие толпы, способность легко и быстро доверяться самым невероятным слухам. Информация в толпе возникает и циркулирует в форме слухов.
- ✓ Преувеличение и односторонность чувств толпы. Однонаправленные чувства распространяются в толпе очень быстро посредством внушения и заражения, которые способствуют преувели-

чению чувств. Сила чувств толпы еще более увеличивается отсутствием ответственности.

✓ Нетерпимость, авторитетность и консерватизм толпы. Толпой владеют только простые и крайние чувства. Всякую идею или верование толпа принимает или отвергает целиком, относится к ним как к абсолютным истинам. Так всегда бывает с верованиями, которые упрочились путем внушения, а не путем рассуждения. Нетерпимость и авторитетность суждений характерны для любой толпы.

✓ Нравственность толпы. Под словом нравственность Ле Бон понимал уважение социальных постановлений и постоянное подавление инстинктов. Толпа слишком импульсивна и изменчива, чтобы ее можно было назвать нравственной. Толпа способна на убийство, поджоги и преступления, но она способна и на очень возвышенные проявления преданности, самопожертвования и бескорыстия. Воздействия, вызывающие у индивидов в толпе чувства славы, чести, религии и патриотизма, могут заставить людей пожертвовать даже своей жизнью. Ле Бон приводил множество примеров того, что толпа способна к проявлению величайшего бескорыстия и величайшей преданности. Личный интерес, мотивирующий поведение отдельного человека, перестает руководить его поведением в толпе. Толпа управляется бессознательными инстинктами и совсем не рассуждает. Ле Бон сделал вывод: толпа часто попадает под влияние низших инстинктов, но иногда она в состоянии явить примеры очень высокой нравственности (Ле Бон, 1998).

Ле Бон первым сформулировал концепцию изучения толпы, она состоит в следующем. Во-первых, когда человек попадает в толпу, в его психике происходят изменения. Ле Бон обнаружил, что психика отдельного человека не соответствует психике человека толпы. Это два разных проявления психики. Во-вторых, толпа сама по себе представляет единое целое, обладающее рядом специфических свойств. В-третьих, единственным источником влияния на толпу оказывается вожак, в арсенале которого также имеются свои собственные средства, эффективные только в толпе.

- **Масса**

Понятие «масса» используется, прежде всего, в физике. Как социально-психологический термин, это понятие характеризует возникновение некой общности, заставляющей людей вести себя иначе, чем если бы они действовали изолированно. В западной социологии возникла доктрина «массовое общество», под которым понимается мас-

совое стандартизированное производство, массовая политика, принимающая во внимание реакцию масс, массовая культура.

Масса – это особый тип социальной общности. Ее специфика состоит в том, что входящие в нее индивиды проявляют общие стереотипы поведения. Феномен массы не возникает, если общее поведение отсутствует. Отличительными признаками массы являются ее аморфность, размытость, открытость границ, анонимность членства.

Толпа в отличие от массы представляет собой конкретную социальную группу. Люди в толпе вступают в непосредственный контакт друг с другом, они взаимодействуют между собой, в большей степени используя невербальный способ коммуникации (например, посредствам тесных соприкосновений друг с другом), чем вербальный (Почебут, 2004).

- **Публика**

Г. Тард, французский юрист и социолог, провозгласил XX век «эрой публики». Он изучал психологию толпы, публики и социальные процессы в обществе и обнаружил явление подражания, с помощью которого пытался объяснить все общественные процессы. Предметом своего научного анализа он сделал публику. С изобретением книгопечатания возникла новая эпоха, в которой появился особый вид толпы – публика. Публика, по его мнению, это духовная общность индивидуумов, физически разделенных, но соединенных чисто умственной связью.

Г. Тард считал толпу естественной общностью, тесно связанной с естественными природными силами. Между толпой и публикой существует, по его мнению, несколько различий:

- Человек может принадлежать к различным видам публики, но одновременно может принадлежать только к одной толпе.
- Толпы, в большей степени, чем публики, нетерпимы к мнениям и суждением, противоречащим ее мнению.
- Публика может быть определена как толпа в возможности, так как сильно возбужденная публика может породить фанатические толпы. Итак, возникают две противоположности на континууме естественных общностей – от агрессивной, фанатичной толпы до терпимой публики.
- Всякая толпа подчиняется вождю, публика же не подчиняется, она вдохновляется публицистом, журналистом, писателем. На публике гораздо ярче отражается отпечаток ее создателя. В толпе же вождь несет на себе отпечаток толпы своих приверженцев.

- Толпа в принципе менее однородна, чем публика. Толпа всегда увеличивается благодаря случайной массе любопытных прохожих. Публика растет за счет целенаправленной рекламы.
- Публика есть известный своеобразный род коммерческой клиентуры. Есть два вида клиентов: публика постоянная, прочная и публика случайная, непостоянная (Тард, 1998).

Методы исследования психологии больших социальных групп

Существуют следующие особенности методов исследования больших социальных групп.

1. Типичные черты психологии больших социальных групп закреплены в нравах, традициях и обычаях, поэтому социальная психология использует методы этнографии.

2. При изучении психологии больших социальных групп применяют методы, традиционные для социологии, включая различные приемы статистического анализа.

3. Социальная психология использует также приемы, принятые в языкознании, поскольку в определенной степени ей приходится здесь иметь дело с анализом знаковых систем.

4. С. Московичи разработал концепцию «социальных представлений», предложил одновременно и метод исследования больших групп. Под социальным представлением понимается обыденное представление какой-либо группы людей о тех или иных социальных явлениях, т.е. способ интерпретации и осмысления повседневной реальности. При помощи социальных представлений строится определенный образ социального мира в той или иной группе. Социальные представления – инструмент группового социального познания, поскольку «представление» вырабатывается на основе опыта, деятельности группы в целом. Непосредственно через анализ социальных представлений различных больших групп мы можем изучать психологические особенности групп.

Глава 10

ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ

Чаще всего под «общением» понимают три группы значений:

1) объединение, создание общности, целостности («хорошая компания, друзья»);

2) передача сообщений, обмен информацией («разговаривать, беседовать»);

3) встречное движение, взаимопроникновение, нередко носящее тайный или интимный характер («глубоко понимать друг друга») (Бессонова, Доценко, 1999).

Под общением понимается взаимодействие людей, содержанием которого является взаимное познание и обмен информацией с помощью различный средств коммуникации (Леонтьев, 2008). Этот процесс включает «установление и поддержание прямого непосредственного или опосредствованного теми или иными средствами контакта между людьми» (там же с. 34).

Б.Г. Ананьев определяет общение как механизм, посредством которого устанавливаются и развиваются связи человека с «миром предметов» и «миром людей». Общение определяется им как ведущий вид деятельности. Особой и главной характеристикой общения как деятельности является то, что через него человек строит свои отношения с другими людьми.

А.В. Петровский рассматривает общение как многоплановый процесс развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности (Петровский, 1986).

Таким образом, общение может быть целью, а может выступать и как часть какой-либо деятельности.

Необходимо учитывать, что на процесс общения влияют не только субъекты общения, но особенности социального окружения, ситуация взаимодействия, культурно-исторический контекст и т.д.

Основными целями общения могут быть: получение или передача полезной информации, активизация партнеров, снятие напряженности, управление совместными действиями, оказание помощи и влияние на собеседника. Цели участников общения могут совпадать или противоречить, исключать друг друга. От этого зависит и характер общения (Столяренко, 2001).

Существует множество разнообразных подходов к рассмотрению функций общения, так, А.А. Брудный выделяет следующие:

– инструментальную функцию общения (обмен информацией в процессе управления и совместного труда);

– синдикативную функцию (сплочение малых и больших групп);

– трансляционную (обучение, передачи знаний, способов деятельности, оценочных критериев);

– функцию самовыражения (поиск и достижение взаимного понимания) (Брудный, 1977).

В.Н. Куницына говорит о следующих функциях:

1) контактная – установление контакта как состояния обоюдной готовности к приему и передаче сообщения и поддержания взаимосвязи;

2) информационная – обмен сообщениями, т.е. прием – передача каких-либо сведений в ответ на запрос, а также обмен мнениями, замыслами, решениями и т.д.;

3) побудительная – стимуляция активности партнера по общению, направляющая его на выполнение тех или иных действий;

4) координационная – взаимное ориентирование и согласование действий при организации совместной деятельности;

5) понимания, цель которой – не только адекватное восприятие и понимание смысла сообщения, но и понимание партнерами друг друга (их намерений, установок, переживаний, состояний и т.д.);

6) эмотивная – возбуждение в партнере нужных эмоциональных переживаний («обмен эмоциями»), а также изменение с его помощью собственных переживаний и состояний;

7) установления отношений, цель которой – осознание и фиксирование своего места в системе ролевых, статусных, деловых, межличностных и прочих связей сообщества, в котором предстоит действовать индивиду;

8) оказания влияния, цель которой – изменение состояния, поведения, личностно-смысловых образований партнера, в том числе его намерений, установок, мнений, решений, представлений, потребностей, действий, активности и т.д.

Классификация видов общения

1. По количеству участников в процессе общения:

- общение в диаде – общение между двумя индивидами;
- общение внутри малой группы;
- межгрупповое общение – общение между малыми группами людей;
- массовое общение – общение между большими группами людей.

2. По степени опосредованности:

- *непосредственное общение* – оно реализуется в процессе непосредственного контакта людей друг с другом, т.е. без посредников или каких-либо вспомогательных средств;
- *опосредованное общение* – оно предполагает наличие посредников или каких-либо вспомогательных средств. Например, разговор по телефону, письма, средства массовой коммуникации, общение через Интернет.

3. По форме:

- *вербальное общение* осуществляется с помощью речи, слова которой кодируют и декодируют информацию: коммуникатор в процессе взаимодействия кодирует (воплощает ее в речь), а реципиент в процессе слушания декодирует (воспринимает, усваивает) эту информацию;
- *невербальное общение* состоит в обмене информацией между индивидами без помощи речевых и языковых средств, представленных в какой-либо знаковой форме. Средствами невербального общения могут быть (Горянина, 2002):
- *мимика* – выразительные движения мышц лица, являющиеся одной из форм проявления тех или иных чувств человека;
- *жестикуляция* (от лат. gestus – телодвижение) – некоторое действие или движение человеческого тела или его части, имеющее определённое значение или смысл, то есть являющееся знаком или символом;
- *проксемика* – особенности организации процесса общения в пространстве (расстояние, расположение фигур друг по отношению к другу, наличие дополнительных предметов и т.д.);
- *паралингвистика* – это неязыковые средства, передающие совместно с вербальными смысловую информацию в составе речевого сообщения.

1) *фонационные* – темп, тембр, громкость речи, заполнители пауз (к примеру, *э-э*, *м-м*), мелодика речи, диалектные, социальные или идиолектные особенности артикуляции звуков;
2) *графические* – особенности почерка, графические дополнения к буквам, заменители букв, смайлы и т.д.

4. По уровням общения:

- Ритуальный, или социально – ролевой уровень. Цель общения – выполнения ожидаемой от человека роли; демонстрация знания норм социальной среды. Общение носит анонимный характер, независимо от того, происходит оно между незнакомыми, знакомыми или близкими людьми.
- Деловой, или манипулятивный. Цель – организация совместной деятельности; поиск средств повышения эффективности сотрудничества. Оценивается функциональные качества партнеров. Общение является психологически отстраненным – доминирует Я-Вы контакт.
- Интимно-личностный. Цель – удовлетворение потребности в понимании, сочувствии, сопереживании. Характерна психологическая близость, эмпатия.

Психологическая структура общения

Под структурой общения следует понимать совокупность основных элементов, из которых складывается этот процесс.

Выделяются следующие компоненты общения:

а) субъекты общения;

б) средства общения;

в) потребности, мотивация и цели общения;

г) способы взаимодействия, взаимовлияния и отражение влияний в процессе общения;

д) результаты общения (Куницына и др., 2001).

Основными составляющими процесса общения, по мнению Б.Д. Парыгина, являются:

1) установление психологического контакта, который возникает между собеседниками в ходе <u>взаимного восприятия</u> друг друга – *перцепция*;

2) <u>обмен информацией</u> посредством вербального или невербального общения – *коммуникация*;

3) взаимодействие и взаимовлияние друг на друга – *интеракция* (Парыгин, 1971).

Рассмотрение указанных *трех компонентов общения* в настоящий момент, является общепринятым в отечественной социальной психологии. Остановимся на каждом из них немного подробнее.

Коммуникационная сторона общения, или коммуникация в узком смысле слова, состоит в обмене информацией, мнениями, интересами, чувствами между общающимися индивидами. Процессу обмена информацией присущи следующие особенности:

- в ходе коммуникации информация не только передается, но и формируется, уточняется, развивается;
- обмен информацией может изменяться (качество и количество информации, стиль, манера и т.д.) в зависимости от отношений сторон общения друг к другу, в отличие от простого «движения информации» между двумя техническими устройствами.
- партнеры могут влиять друг па друга, оказывать воздействие на поведение партнера;
- коммуникация возможна при единой и/или сходной системой кодификации и/или декодификации. Это правило выражается в словах: «все должны говорить на одном языке»;
- в условиях коммуникации между людьми могут возникать специфические *коммуникативные барьеры*. Они могут носить социальный и/или психологический характер.

Коммуникативный барьер – абсолютное или относительное препятствие эффективному общению, субъективно переживаемое или реально присутствующее в ситуациях общения, причинами которого являются мотивационно-операциональные, индивидуально-психологические, социально-психологические особенности личности (Куницына и др., 2001)

Социальный характер коммуникативных барьеров проявляется в различном толковании одних и тех же понятий, событий, что порождается социальными, политическими, национальными, профессиональными различиями людей, их мировоззренческими взглядами и убеждениями.

Психологический характер коммуникативных барьеров проявляется в том, что они могут возникнуть или вследствие индивидуальных психологических особенностей общающихся людей (застенчивость, скрытость, «некоммуникабельность»), или в силу сложившихся между ними особого рода психологических отношений: неприяз-

ни, недоверия и т.п. В этом случае четко выступает связь между общением и отношением между собеседниками.

К коммуникативным барьерам также относят информационные барьеры, связанные с механическим обрывом (прерыванием) информации, неясностью изложения передаваемой информации, недостатком информации; информационной перегрузкой или искажением информации. Выделяют также замещающе-искажающие барьеры, эмоциональные барьеры, барьеры непонимания (фонетические и семантические), стилистические, логические, сенсорные и организационные (Залюбовская, 1984).

Выделяют также понятие квазикоммуникации, возникающей тогда, когда одна из сторон полагает, что коммуникативный контакт установлен, но не соответствует действительности.

Основываясь на коммуникативной модели Лассуэлла, выделяются следующие компоненты общения:

- коммуникатор – тот, кто говорит, кто сообщает информацию;
- реципиент(ы) / аудитория – те, кому говорят, кому сообщают информацию;
- сообщение – что именно говорят, сама информация;
- канал – способ, средство (возможно, техническое), с помощью которого осуществляется передача сообщения (Lasswell, 1936).

Позже был добавлен еще один компонент – эффективность коммуникации.

Информация, исходящая от коммуникатора, может быть двух видов: побудительная и констатирующая.

Побудительная информация может выражаться в приказе, совете, просьбе, запрете. Она рассчитана на то, чтобы стимулировать (или отменить) какое-то действие.

Констатирующая информация часто выступает в форме сообщения, которая в свою очередь может человеком восприниматься и как побудительная. Например, констатирующее сообщение о пожаре может вызывать активные действия по тушению огня.

Интерактивная сторона общения заключается во взаимодействии между общающимися индивидами, т.е. в обмене не только знаниями, идеями, но и влияниями, взаимными побуждениями, действиями. Взаимодействие может выступать в диапазоне от кооперации, понимаемое как сотрудничество, с некоторым вкладом участников коммуникации в решение задачи, и до конкуренции – противостояния, где каждый настаивает на своей точке зрения.

Рассмотрим некоторые *теории взаимодействия*.

Дж. Хоуманс в своей теории обмена говорил о том, что люди вступают во взаимодействие с другими людьми, исходя из расчета на получение отдачи, вознаграждения. Приведенные примеры описывал Н. Смелзер. Основные постулаты теории обмена:

1. Чем в большей степени то или иное поведение вознаграждается, тем чаще оно повторяется. Пример: человек начинает ловить рыбу, при получении хорошего улова с каждым разом ему рыбалка все больше нравится.

2. Если в какой-то ситуации следует вознаграждение, то человек стремится вновь и вновь воссоздать эту ситуацию. Пример: если рыбак обнаруживает, что в какое-то определенное время, место, с определенной, приманкой или в определенной одежде он ловит много рыбы, то он стремится повторить ситуацию. Так, студенты надевают на экзамен счастливую одежду.

3. Если вознаграждение велико, то человек может преодолеть большие препятствия на пути достижения своей цели. Пример: ради хорошего улова можно преодолеть различные трудности, например долгую и сложную дорогу до места ловли рыбы.

4. Если потребности человека в основном удовлетворены, то он будет прилагать меньше усилий в направлении данной деятельности. Пример: когда рыбак наловил много рыбы, то у него отпадает желание рыбачить.

Дж. Мид в рамках теории символического интеракционизма. Основная идея теории заключается в том, что человек, вступая во взаимодействие с другими, реагирует не на само действие, а на смысл (и его интерпретацию) который мы привносим в этой действие. Например, подарок цветов молодой девушке от молодого человека может быть расценены как проявление симпатии со стороны молодого человека.

Х. Гарфинкель – автор теории этнометодология. Эта теория говорит о том, что мы вступаем во взаимодействие исходя из с неписанных правил, которые мы узнаем с детства и которые присущи определенной культуре. Например, мы будет взаимодействовать различным образом в зависимости от собеседника и от ситуации. Так взаимоотношения сына или дочери с родителями будет отличаться от сходного по теме взаимодействия с хозяйкой съемной квартиры. При рассогласовании между ожидаемым в конкретной ситуации и реальным поведением могут возникнуть сложности интеракции.

Перцептивная сторона общения выражена в процессе восприятия друг друга партнерами по общению, изучении ими друг друга и взаимной оценке. Она всегда сопровождается когнитивными процессами.

Это связано с восприятием внешнего облика, действий человека и их истолкованием.

Процессы, свойственные перцепции:

1) категоризация – процесс отнесения того или иного индивида к какой-либо категории;

2) стереотипизация – приписывание человеку каких-либо характеристик, свойств, личностных черт в зависимости от категории, к которой мы этого человека относим.

В.Н. Панферов выделял ряд стереотипов:

- эмоционально-эстетические – человека, вызывающего определенные эмоции мы можем наделять какими-то чертами личности. Например, полные люди – более добрые;
- профессиональные – определенными чертами личности наделяются люди той или иной профессии. Например, юристы – педантичные;
- национальные – наделение определенными чертами личности определенных национальностей. Например, северные народы – люди более эмоционально уравновешенные, чем южане (Панферов, 1969).

Одной из особенностей восприятия является ее *селективность (избирательность)*. Каждую минуту на нас воздействует масса всевозможных стимулов. При этом, в соответствии со своими потребностями и интересами, ценностными ориентациями осознаваемо (или неосознаваемо) мы осуществляем определенный отбор (селекцию) этих стимулов. Именно на них мы и реагируем, в то время как на другие не обращаем внимания.

Такая избирательность восприятия обусловлена определенными когнитивными процессами. Предполагается, и об этом говорят также эмпирические данные, что процессы перцептуальной вигильности (селективной наблюдательности) и перцептуальной защиты (селективной невнимательности) происходят систематически, даже если сам индивид не осознает этого (McDavid, Harari, 1968). Селективность восприятия обеспечивает нам определенную готовность к ориентации в окружающей среде, помогая выделить существенный для нас «перцептуальный набор».

Известно, например, что, глядя на рисунок с изображением многих различных предметов, голодный человек выделяет в первую очередь те, которые связаны с пищей. В то же время человек, не испытывающий голода, может прежде всего подмечать совсем другое. Имеются также экспериментальные данные, полученные при кратковременном экспонировании испытуемым различных слов. Те слова, которые имеют неприятный оттенок для реципиента, распознавались медленнее, чем слова с приятным оттенком.

Избирательность восприятия может быть обусловлена различными факторами, такими как социальные роли реципиентов, национальные различия, особенности жизненного опыта, профессия и т.д.

Таким образом, не все объекты окружающего мира и не все их стороны одинаковым образом воспринимаются разными людьми. Перцептуальный набор индивида в каждом конкретном случае – это не фотографическое отражение всего окружающего, а его своеобразная личностная конструкция, в которой выделяются определенные объекты или их свойства.

Еще одной особенностью восприятия является *каузальная атрибуция.* Термином атрибуция (от англ. attribute – приписывать, наделять) объясняется особенность одних людей объяснять поступки других людей. Выделяют диспозиционную и ситуационная атрибуции.

Диспозиционная атрибуция означает, что причины поведения кроются в личностных особенностях и мотивах человека.

Ситуационная атрибуция означает, что причины поведения усматриваются в особенностях ситуации: социальном или физическом окружении. Кроме того, ситуационная атрибуция равнозначна предположению, что при отсутствии данных ситуационных факторов человек не совершил бы поступка, который мы наблюдали.

Принимая решение о характере причин того или иного поведения – диспозиционном или ситуационном, – мы чаще всего учитывает ряд факторов:

- ненормативность – насколько поведение является необычным, отличающимся от типичного, характерного для большинства людей, оказавшихся в подобной ситуации;
- последовательность – одинаково ли поведение человека по отношению к данным стимулам во всех случаях;
- дифференциация – насколько отличается поведение человека по отношению к другим стимулам, ситуациям.

В атрибуционных рассуждениях присутствует определенная когнитивная предвзятость, вследствие которой могут быть допущены определенного рода искажения. Эти искажения возникают из-за следующих факторов:

– тенденции к чрезмерному упрощению картины;
– эффекта броскости – тенденции придавать большее значение тем факторам, которые особенно заметны и обращают на себя внимание.

Мы склонны также к переоценке роли диспозиционных факторов и к недооценке ситуативных. Такого рода предвзятость носит название *фундаментальной ошибки атрибуции,* заключающейся в том, что зачастую мы, рассматривая причины поведения человека, объясняем это поведение его личностными особенностями, а оценивая собственное (сходное поведение) объясняем это какими-либо внешними, ситуационными факторами. Например, опоздание на встречу может быть оценено как небрежность или невнимательность. При этом в сходной ситуации личное опоздание может объясняться плохой работой автотранспорта.

Мотивационно-целевой компонент общения представляет собой систему мотивов и целей общения. Мотивами общения могут быть:

а) потребности, интересы одной стороны общения, проявляющего инициативу в общении;

б) потребности и интересы обоих партнеров общения, побуждающие их включиться в общение;

в) потребности, вытекающие из совместно решаемых задач.

Соотношение мотивов общения колеблется от полного совпадения до конфликта. В соответствии с этим общение может носить дружественный или конфликтный характер.

Глава 11

ПРОСОЦИАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Понятие просоциального поведения

Термин «просоциальное поведение» можно встретить только в специализированных словарях, и обозначает он все виды действий, нацеленных на благополучие другого человека, группы людей или общества в целом. Это может быть и оказание помощи в экстренной ситуации, и кооперация, и волонтерская деятельность, и совместное пользование ресурсами, и другие разновидности поведения.

Следует различать термины «просоциальное поведение» и «альтруизм», несмотря на то что часто они используются как взаимозаменяемые, например, когда определяют альтруизм как помогающее поведение, связанное с самопожертвованием. Во-первых, альтруизм относится к мотивационным конструктам, а не к поведенческим (критерии альтруистической мотивации будут рассмотрены ниже). Во-вторых, просоциальное поведение может быть вызвано не только альтруистическими мотивами, но и эгоистическими (например, заработать репутацию доброго человека и пользоваться ею впоследствии). И в-третьих, альтруизм не всегда выражается в помогающем поведении, это может быть и принципиально жесткое поведение (например, «альтруистическое наказание», когда человек готов наказывать нарушителей норм взаимопомощи, так называемых «халявщиков» и «безбилетников», даже в ущерб себе).

Разновидности просоциального поведения

Типы просоциального поведения можно систематизировать в зависимости от уровня его анализа (Penner et al., 2005).

1. Диадный уровень, на котором изучается взаимодействие двух человек (оказывающего помощь и получающего его) в контексте конкретной ситуации. Особое внимание уделяется экстренным и неэкстренным ситуациям и факторам, способствующим или препятствующим *помогающему поведению*, в которое включают *шеринг* (предоставление доступа к ресурсу и совместное пользование, безвозмездное дарение), *заботу* и собственно *помощь* (*эмоциональную,*

материальную или инструментальную), которая может быть *спонтанной или запланированной*.

2. Групповой уровень, в центре которого оказываются все просоциальные действия в групповом или организационном контексте – это, например, *кооперация, волонтерство, благотворительность, общественная деятельность, организационное гражданственное поведение.* В последнее время сюда стали включать *донорство, вакцинопрофилактику* (как заботу о групповом иммунитете), а также *экологическое поведение*.

Теории, объясняющие просоциальное поведение

Ученые долго пытались разгадать «загадку альтруизма» и понять, как совместить кооперативное поведение с борьбой за выживание и стремлением к экономической выгоде, и как преодолеть влиятельность идеи «универсальности эгоизма», которую несут в себе наиболее известные теории мотивации (Piliavin et al., 1981). Наука также стремилась прояснить, можно ли все виды просоциального поведения свести к эгоизму? Существуют ли другие мотивы просоциальности, помимо эгоизма и альтруизма?

Можно выделить несколько подходов, объясняющих функцию просоциального поведения и стоящие за ним мотивы: 1) подход с точки зрения эволюционных механизмов, 2) подход, опирающийся на анализ социальных процессов и 3) подход, отсылающий к внутриличностным (когнитивным, эмоциональным) процессам и свойствам.

В эволюционном подходе, еще Ч. Дарвин в качестве объяснения происхождения альтруизма, примиряющего его с тезисами о естественном отборе и борьбе за выживание, выдвинул *теорию группового отбора* (Sober, Wilson, 1999): из двух конкурирующих групп выживает та, в которой больше альтруистов (людей, жертвующих личным интересом ради блага группы). Позднее генетиками были выдвинуты еще две идеи – родственный альтруизм и реципрокный альтруизм. *Родственный альтруизм* обеспечивается таким эволюционным механизмом как кин-отбор: помощь родственнику, даже с риском для жизни, способствует передаче своих генов следующему поколению. *Реципрокный (взаимовыгодный) альтруизм* – мотивационный механизм, который побуждает человека ограничивать просоциальное поведение теми людьми, которые могут вернуть оказанную услугу. Обе стороны получают выгоду: помогая друг другу, удовлетворяют личный интерес.

С социально-психологической точки зрения, просоциальное поведение внутренне неоднородно. Оно может быть обусловлено разными мотивами, стратегическими целями и особенностями восприятия личностью конкретной социальной ситуации (Марарица и др., 2018). Прежде всего, в просоциальных поступках необходимо различать *нормативную и альтруистическую мотивацию.* Первый вид мотивации обеспечивается стремлением соответствовать социальным нормам и поддерживать их, второй – желанием способствовать благополучию другого человека или группы как целого.

Нормативно мотивированное просоциальное поведение включает два основных компонента – стремление помогать тем, кто помогал ранее (выполнение нормы *реципрокности, или взаимности*), а иногда и наказание тех, кто норму взаимности не соблюдает (здесь включаются механизмы поддержания норм *справедливости и солидарности*). Просоциальное поведение может быть и разновидностью *конформности*, т.е. *вынужденной просоциальности*, и проявляться, с одной стороны, как имитация просоциального поведения вслед за другими людьми или – с другой – как уподобление своих мотивов и желаний требованиям социального окружения. Стремление гарантировать себе возврат затраченных ресурсов описывается несколькими феноменами: *направленный (адресный) альтруизм* (ограничение кооперации узким кругом знакомых и их друзей, то есть «кругом доверия»), а также *обусловленная кооперация* (готовность сотрудничать только при условии уверенности в подобном намерении партнера), и *«косвенная взаимность»* (ожидание «услуги в ответ на услугу» непрямым образом – через посредничество наблюдающих «третьих лиц», наделяющих помогающего репутацией доброго, благонадежного человека). Таким образом, нормативное просоциальное поведение требует от человека тщательной оценки намерений и социальной истории других людей, а также усилий по созданию собственной надежной репутации.

Альтруистическая мотивация просоциального поведения представляет собой качественно иной тип мотивации.

Парадокс альтруизма: существует ли «чистый» альтруизм?

Говорить о том, что человеком движет «чистый» альтруизм, можно, если его поведение отвечает следующим критериям: а) приносит пользу другому человеку; б) осуществляется добровольно (не в результате угроз или подчинения); в) намеренно; г) польза при этом является самоцелью (а не ответной услугой); д) оно осуществляется без ожидания каких-либо внешних вознаграждений (допустимы вознаграждения внутренние – удовлетворенность и рост самооценки, которые являются подкреплением альтруистического поведения) (Bar-Tal, 1986).

«Чистый» альтруизм ставился под вопрос и представлялся всего лишь средством для удовлетворения эгоистических потребностей, поскольку смешивались две различных формы психологического гедонизма. В первой форме гедонизм возникает тогда, когда конечной целью является личное удовольствие, и эта цель достигнута (гедонизм как самоцель). Вторая форма гедонизма присутствует всегда, когда достигается какая-либо цель (гедонизм как побочный эффект). В последнем случае гедонизм не противоречит идее альтруизма, поскольку помощь другому может быть той конечной целью, которая приносит удовольствие при ее достижении. Всевозможные внутренние вознаграждения, которые этому сопутствуют (повышение самооценки, избегание чувства вины, ослабление напряжения и др.), являются в данном случае следствием достижения цели, а не самоцелью, как утверждают сторонники идеи универсального эгоизма. В итоге, мотивация просоциального поведения может быть альтруистической, эгоистической и смешанной, когда присутствуют оба мотива.

Начиная с середины прошлого века, просоциальное поведение объяснялось преимущественно при помощи *когнитивистских* моделей, представляющих его как результат различных умозаключений: о затратах помогающего и выгоде объекта помощи, о соотношении пострадавших к выжившим, об атрибуции ответственности, о соответствии своего поведения моральным принципам и персональным нормам и т.д. Начиная с 2000-х гг. получает все больше подтверждений *интуитивистский* подход к просоциальному поведению (Казанцева, 2016), согласно которому альтруистические импульсы возникают в ответ на эмоции, а не на рассуждения; на границе сознания, а не в сознании; моментально и автоматически. Моральная интуиция включает в себя когнитивный компонент в виде моральных эвристик

(нормы, которые очевидны, и не осознаются в момент принятия решения, например, «надо помогать тому, кто в беде»).

Получила подтверждение гипотеза эмпатии-альтруизма (Batson, 2014), которая долгое время трактовалась скептиками как эгоистическое желание снизить напряжение от сопереживания чужому несчастью. Люди, испытывающие эмпатию, готовы помогать, даже когда им обосновывают причины, по которым не стоит этого делать, или им неизвестно, помогли уже человеку или нет. Однако не только эмпатия влияет на желание помогать, существует множество других *эмоциональных* факторов: хорошая погода, успокаивающая музыка, приятные воспоминания, вкусная еда, запах (сладкий или запах кофе). Все это подтверждает определяющую роль эмоций и интуиции в просоциальном поведении (Kesebir, Haidt, 2010).

Накапливаются данные о врожденности наиболее значимых социальных умений. Детские психологи зафиксировали у младенцев до года, т.е. до того, как они начинают говорить и рефлексировать, способность различать помогающее и агрессивное поведение, а с 18 месяцев – способность понимать, когда другому человеку требуется помощь и предлагать то, что на их взгляд ему необходимо (Hamlin, 2013). Был сделан вывод о том, что способность оценивать социальное взаимодействие является универсальной и не приобретенной (как считалось адептами теории социального научения), и дети рождаются, по крайней мере, с зачатками интуитивной этики. Нейробиологи определили в человеческом мозге структуры, обеспечивающие способность чувствовать боль других людей. В частности, открытие зеркальных нейронов позволило дать биологическое обоснование эмпатии (Gallese, Goldman, 1998).

Наблюдая за экономическими решениями людей в лабораторных экспериментах, экономисты оценивают их как неэффективные с точки зрения максимизации персонального дохода, поскольку примешиваются другие – просоциальные – мотивы (справедливость, солидарность и др.). В 2010-х гг. человек из «Homo oeconomicus» превращается в «Суперкооператора», одним из факторов эволюционного успеха которого стала способность к просоциальному поведению (Nowak, Highfield, 2011).

Кроме принципа универсального эгоизма (или идеи о том, что поведение человека движимо только эгоистичными мотивами), получила опровержение так называемая «теория жертвы», согласно которой поступок оценивается как альтруистичный только тогда, когда он связан

с самопожертвованием, страданием, и за него приходится чем-то расплачиваться. Это определение часто бывает не применимо к помогающему поведению. Метод нейровизуализации (функциональная МРТ, оценивающая церебральный метаболизм, кровоток и функциональное состояние различных отделов головного мозга) позволил узнать, что при кооперативном поведении активизируются зоны мозга, связанные с удовольствием (Rilling et al., 2002). Альтруистические поступки могут приносить человеку счастье, так что, помимо эмпатии, они опосредуются и гедонистическим мотивом (Dunn et al., 2014).

Эти новые данные позволяют более оптимистично взглянуть на природу человека: желание человека помочь и получить связанное с ним удовольствие является первичным, а сознательные когнитивные усилия по взвешиванию причин не делать этого, – вторичны. «Наше понимание просоциальности должно быть скорректировано – в большинстве случаев это не активный контроль за эгоистическими импульсами, а самостоятельное устремление. Порыв помочь другому является интуитивным и инстинктивным» (Zaki, Mitchell, 2013, p. 466).

Еще один мотив просоциального поведения, широко обсуждаемый в современной литературе, – это забота об общем благе, или альтруизм второго уровня, который отличает человека от других животных (Fehr, Fischbacher, 2003). Это интерес к соблюдению общих правил, к процветанию сообщества. Мы недооцениваем количество людей, защищающих кооперацию, применяющих санкции к нарушителям и обеспечивающих общественное благо, даже в ущерб себе. Поведение таких людей получило название «альтруистического наказания». Эксперименты показали, что доля «хороших» (с развитыми просоциальными мотивами) людей в исправно функционирующем социальном институте составляет приблизительно 20%. Это значит, что альтруисты, даже если их меньшинство, могут вынудить эгоистичное большинство кооперировать.

Итак, есть альтруизм первого уровня, который выражается в стремлении помогать конкретному человеку, и альтруизм второго уровня, описывающий желание сделать оптимальными условия для всех членов сообщества, способствовать развитию и процветанию социума как целого. Альтруизм второго уровня, наряду с ценностью доброты, защиты благополучия всех людей и природы, лежит в основе одной из стратегий социального взаимодействия – «альтруистического инвестирования» (Марарица и др., 2018). Придерживаясь данной стратегии, человек вкладывает личные ресурсы в общее бла-

го, получая от этого лишь косвенную выгоду в качестве комфортной социальной среды, частью которой он сам и является.

Личностные и ситуационные факторы оказания помощи

Отдельные теории не дают полного объяснения личностных и ситуационных детерминант просоциального поведения, поэтому неудивительно, что появляются попытки синтезировать их (Dovidio et al., 2017). Комплексные модели просоциального поведения стремятся объединить различные подходы воедино (например, подходы с точки зрения социального научения, нормативного давления, снижения эмоционального напряжения, теории справедливости с калькуляцией затрат и выгод, личностных склонностей и ценностей и пр.).

В качестве примера можно привести предложенную Д. Келтнером с коллегами (Keltner et al., 2014) интегративную модель просоциальности SAVE (Sociocultural Appraisals, Values, and Emotions: Социокультурные Установки, Ценности и Эмоции). Она включает в себя элементы четырех уровней анализа: интрапсихического, диадного, группового и культурального. Авторы представили свою модель в виде следующей формулы, из которой следует, что для совершения человеком просоциального поступка, его субъективная «цена» должна быть меньше помноженных друг на друга социальных и индивидуальных норм помощи, цены бездействия, величины собственной выгоды и выгоды реципиента помощи.

$$\mathbf{М} \times (\mathbf{Б} \times (1+\mathbf{В}_{\text{себе}}) + \mathbf{П}_{\text{рец}} \times \mathbf{В}_{\text{рец}} \times \mathbf{Ц}_{\text{безд-я}}) > \mathbf{Ц}_{\text{д-я}}; \text{ где}$$

М – социальный момент: насколько социокультурная среда способствует или препятствует просоциальному поведению, включает социальные нормы и ценности, влияние религии;

Б – барьеры (индивидуальные различия в просоциальности и особенности конкретной ситуации);

$\mathbf{В}_{\text{себе}}$ – выгода, которую получает для себя помогающий (хорошее настроение, взаимная помощь и пр.);

$\mathbf{П}_{\text{рец}}$ – представление о реципиенте, его восприятие помогающим (определение того, нуждается ли он в помощи; воспринятое сходство между собой и объектом помощи (механизмами могут быть эмпатия, групповая идентичность и др.); явился ли он сам причиной своих проблем и пр.);

$В_{рец}$ – выгода, которую получает реципиент;

$Ц_{безд\text{-}я}$ – цена бездействия (в том числе, испорченная репутация, чувство вины и снижение самооценки у бездействующего человека, альтруистическое наказание со стороны окружающих);

$Ц_{д\text{-}я}$ – цена действия (деньги, время, силы, и другие ресурсы)**.**

В этой формуле авторы постарались дать унифицированную модель принятия решения о просоциальном поступке, включив в нее все известные факторы, влияющие на повышение или снижение вероятности осуществления просоциального действия. Она напоминает нам о сложности просоциального поведения и предостерегает от упрощенных его оценок.

Необходимо также заметить, что существуют различия в просоциальном поведении, осуществляемом в разных обстоятельствах – в ситуации экстренной помощи или в ситуации запланированной помощи на долговременной основе. Процессуальная модель волонтерства (Omoto, Snyder, 2002) объясняет, почему люди, став волонтером однажды, продолжают участвовать в добровольческой деятельности. Акцент в этой концепции ставится на внутриличностных переменных, а именно на соответствии полученного опыта волонтерства исходным представлениям о нем; удовлетворенности этим опытом; на просоциальных мотивах начала волонтерской деятельности; просоциальных диспозициях, а также на социальном одобрении и интеграции с группой членства.

Личностные и ситуационные факторы отказа от оказания помощи

Название этого параграфа – это не просто другая формулировка вопроса о факторах просоциального поведения (как в предыдущем параграфе), она показывает различие оснований, по которым ставится вопрос в том и другом случае, и различие в ответах, к которым они ведут. Вопрос «Почему люди ведут себя просоциально?» движим практическими соображениями о том, как стимулировать неэгоистические поступки. Вопрос «Почему люди отказываются от просоциальных действий?», ставит под сомнение догмат о первичности эгоизма и призывает задуматься о том, что кажется необъяснимым, например, как же получается так, что выросшие в любящих и заботливых семьях люди ведут себя эгоцентрично?

Помимо норм оказания помощи («помогай тому, кто в беде», «мы в ответе за тех, кого приручили» и т.п.), так же широко распространены и нормы отказа от оказания помощи («не суйся не в свое дело», «двое дерутся, а ты не мешай», «не делай добра, не получишь зла» и пр.), и они могут вступать в противоречие друг с другом.

Д. Дарли и Б. Латане разработали модель (Latane, Darly, 1970), в которой они раскрывают когнитивные процессы, и характеристики ситуации, могущие тормозить принятие решения об оказании помощи.

Особенности ситуаций, которые влияют на включенность очевидцев: существует угроза причинения вреда другому человеку, необычность и неожиданность ситуации, необходимость немедленных действий. У свидетелей при этом активизируется ряд когнитивных процессов: решение о том, являются ли текущие обстоятельства ситуацией, в которой требуется помощь; решение о личной ответственности в данной ситуации; решение о способе помощи и т.п. Каждое из этих решений может представлять собой барьер для реализации просоциального поступка. Например, человек может расценить ситуацию как безнадежную (чем тут можно помочь?), не касающуюся его лично (при чем тут я?), выходящую за рамки его компетенций (что я тут могу сделать?) и возможностей (как это сделать?). Имеет значение и атрибуция вины: люди меньше склонны помогать тем, кто, на их взгляд, сам спровоцировал свои проблемы, и больше – тем, кто стал невинной жертвой обстоятельств.

Некоторые ситуационные факторы также препятствуют вмешательству свидетелей. Вот некоторые из них: 1) неопределенность ситуации, когда свидетели события не уверены, нужна ли пострадавшему помощь; 2) непривычность для очевидцев местности, в которой разворачиваются события; 3) количество наблюдателей – чем их больше, тем выше диффузия ответственности и отказ от личного участия в событии.

Философ П. Сингер (http://www.philosophyexperiments.com) описал особенность человеческого поведения, известную как «парадокс Сингера»: люди хотят выглядеть в своих глазах и глазах других высокоморальными людьми, но не готовы вести себя в соответствии с собственными этическими принципами, приводя массу контраргументов. Он предлагал своим студентам мысленный эксперимент, и каждый раз результаты были одинаковыми.

Сингер просил слушателей представить: «Вы торопитесь в университет. И видите ребенка, который тонет в пруду. Ребенок плачет,

зовет на помощь. Вы физически здоровы и можете спасти ребенка без ущерба для себя. Но если вы полезете в пруд, вы испачкаетесь, вам придется возвращаться домой, и вы опоздаете на занятия. Есть ли у вас моральная обязанность спасти ребенка в этой ситуации?» Он получал единогласный ответ и развивал ситуацию дальше, манипулируя различными факторами: 1) присутствие других наблюдателей; 2) неуверенность, что личные усилия могут изменить ситуацию; 3) потеря личной вещи небольшой ценности; 4) факт участия в подобном происшествии ранее; 5) знание статистики о частоте утоплений; 6) и наконец, удаленность пруда, в котором тонет ребенок – все это не имело значения для ответа на вопрос о том, остается ли моральное обязательство спасать этого ребенка. Но на финальный вопрос: «Есть ли у вас моральное обязательство сделать в ближайшее время небольшое пожертвование, возможно, равное стоимости футболки, в пользу фонда типа ЮНЕСКО (например, в пользу голодающих детей в Африке)?» он неизменно получал отрицательный ответ, а в качестве контраргументов приводились именно те факторы, которые до этого не имели значения.

В конечном итоге, при ответе на вопрос, что заставляет людей вести себя просоциально или отказываться от просоциального поведения, определяющую роль будет играть соотношение диспозиционных и ситуационных факторов. В случае, когда сильны альтруистические склонности, значимые ситуационные факторы могут приводить к аномальному отказу от вмешательства в социальную жизнь. Если сильны склонности эгоцентрические, ситуация может повлиять на нетипичное просоциальное поведение. Например, если человек добрейшей души вдруг повел себя странно – допустим, не откликнулся на просьбу о помощи – не следует делать вывод о том, что до этого он скрывал свое истинное лицо, и уж тем более разочаровываться в человеческой природе. Стоит присмотреться к тем факторам, из которых складывалась ситуация – каково было состояние человека, кто его окружал, что происходило вокруг. Точно так же и в случае с эгоистической натурой. Если человек ведет себя нетипично для себя самого – скажем, начал проявляться как активист или донор, – необходимо в первую очередь анализировать давление ситуации и те выгоды от просоциального поступка, которые человек в ней для себя увидел.

Благоприятные и неблагоприятные последствия просоциального поведения

Исследования указывают на позитивные последствия альтруизма, особенно «чистого», когда благо другого является самоцелью. Выигрывает не только группа и получатель помощи, но и сам помогающий – в экономическом, медицинском и психологическом смысле. Выявлено, в частности, что у волонтеров становится лучше физическое и психическое здоровье, снижается риск депрессии и повышается продолжительность жизни. Это может быть связано с ростом уверенности, самоэффективности, ценности и осмысленности собственной жизни, отвлечением от собственных проблем, позитивным настроением и удовлетворенностью, а также с вовлеченностью в жизнь общества, появлением новых социальных связей. Альтруисты притягивают себе подобных: в их окружении на четверть больше просоциально ориентированных друзей (Leider et al., 2009).

С другой стороны, просоциальное поведение связано с определенными рисками, особенно если оно является профессиональной обязанностью. Они также известны: спасательство, эмоциональное выгорание, изменение восприятия объекта помощи (в сторону восприятия его состояния как некритичного и даже желаемого), деформация самооценки.

Если человек понимает, что у него были не только внутренние, но и внешние причины просоциального поступка, например, денежное вознаграждение или давление норм, он склонен преуменьшать значимость внутренних причин, например, свою альтруистическую мотивацию (Thomas, Batson, Coke, 1981). Этот факт ставит нас перед дилеммой: оплачивать ли добрые поступки? Могут ли специалисты, работающие в помогающих профессиях за плату, считать себя альтруистами? К сожалению, получатели помощи часто подвержены этому когнитивному искажению и склонны недооценивать добрую волю и позитивные намерения человека, оказывающего помощь. Таким образом, профессионалы могут столкнуться с требовательностью своих клиентов/пациентов и мнением, что «помощь оказывается, чтобы сделать меня обязанным и манипулировать мной», и в итоге вместо благодарности получить в ответ раздражение и враждебность (Tesser, Gatewood, Driver, 1968). В связи с этим, вопросы профилактики выгорания специалистов помогающих профессий остаются острыми, потому что любая помощь, даже инструментальная, требует эмоциональной включенности и открытости.

Глава 12

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ СЕМЕЙНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Семья как малая группа

Семья для каждого человека является первой средой его вхождения в мир. В ней он начинает осваивать множество предметов, но каждое такое освоение происходит в тесном контакте с близкими людьми, прежде всего, с матерью. То, как складывается этот контакт, во-многом обуславливает дальнейшее становление личности человека, его отношение к самому себе, другим и окружающей действительности в целом. Именно поэтому социальная психология не обходит вниманием семью, предлагая свой подход и свои методы исследования. Специфика социально-психологического подхода состоит в понимании семьи как малой группы и приложении всего спектра явлений, происходящих в ней, к взаимоотношениям, складывающимся между родными людьми.

До сих пор нет единого видения того, что считать малой группой. Согласно Г.М. Андреевой, малая группа – это общность людей, объединенная определенной деятельностью и включенная в систему общественных отношений (Андреева, 2009).

Одним из распространенных подходов к определению является также соотнесение взаимодействия какой-либо реальной общности людей с перечнем психологических характеристик малой группы. Если большая часть наблюдаемого совпадает с этими характеристиками, то такую группу можно отнести к малой.

А.И. Донцов выделил следующий ряд характеристик малой группы (Донцов, 1997):

«… 1) включенность человеческой общности в более широкий социальный контекст, систему общественных отношений <…>;

2) наличие у членов группы значимого основания (причины) сообща находиться в ней <…>;

3) сходство участи состоящих в группе людей, которые разделяют условия, события жизни и их последствия и в силу этого обладают общностью впечатлений и переживаний;

4) длительность существования, достаточная для возникновения не только специфического языка и каналов внутригрупповых коммуникаций, но и коллективных истории; <…>

5) разделение и дифференциация функциональных ролей (позиций) между членами группы или ее подгруппами; <…>

6) наличие органов (инстанций) планирования, координации, контроля групповой жизнедеятельности и индивидуального поведения, которые персонифицированы в лице одного из членов группы; <…>

7) осознание участниками своей принадлежности к группе, самокатегоризация в качестве ее представителей, более сходных друг с другом, чем с членами иных объединений, возникновение на этой основе чувства «Мы» («Свои») и «Они» («Чужие»); <…>

8) признание данной человеческой общности как группы ее социальным окружением …».

Приложим ли данный перечень характеристик в полном объеме к семье?

Действительно, семья за историю развития человечества приобрела статус социального института, элементарной общественной ячейки, обеспечивая воспроизводство населения. В современном обществе она несет еще ряд функций, но это не отменяет, а скорее укрепляет ее вплетенность в систему общественных отношений. У членов семьи существует множество причин находиться вместе – это и удовлетворение потребностей в любви, заботе, совместное развитие, обеспечение отдыха и досуга, воспитание детей и т.п. Совместное проживание на одной территории, ежедневное решение разнообразных задач обеспечивает и то, что входит в понятия «совместная участь», наполняя жизнь членов семьи радостными и драматическими переживаниями. Даже у молодой семьи, связанной годом совместного проживания и ведения хозяйства, складывается свой особый язык, особые способы общения и история совместных переживаний, запечатленная в фотографиях, переписке и иных формах.

В семье существует четкое разделение статусных позиций (муж, жена, мать, отец, сын, старший сын, младшая сестра, старший брат, бабушка, дедушка). Причем, один и тот же человек может выступать сразу в нескольких ролях – муж по отношению к жене, отец - к детям, сын – к своим родителям, дядя – к детям сестры и т.п. Каждая роль предполагает свою систему ожиданий, нормативов поведения и санкций, как форм группового контроля.

В семье «орган» планирования и координации деятельности, действительно, может находиться под ответственностью одного члена семьи (мужа или жены), но может быть и коллегиальное распределение ответственности (совместное планирование). Кроме того, по мере взросления детей, их мнения также могут вносить весомый вклад в семейное самоуправление, что делает семью весьма динамичной структурой.

Безусловно, длительное взаимодействие членов семьи друг с другом приводит к идентификации и появлению таких категорий самоопределения, как «моя семья», «наша семья», «у нас в семье» и т.п., что маркирует развитое «Мы-чувство» в противопоставлении семьям друзей, коллег и в каком-то отношении семье своих родителей.

Общество признает существование семьи, например, в форме узаконивания брака, а непосредственное социальное окружение – определенным способом отношений и набором сформированных ожиданий от семейной пары и, в перспективе, от семьи.

Таким образом, в первом приближении жизнедеятельность семьи укладывается в рассматриваемый перечень характеристик малой группы, и в дальнейшем изложении еще будет уделено более пристальное внимание некоторым из этих свойств.

Г.М. Андреева, описывая сущность социально-психологического подхода к малой группе, предлагает набор понятий, которые, помимо их теоретической (с точки зрения исследования) ценности, позволяют структурировать обширный и довольно разрозненный материал по психологии семейных отношений. К таким понятиям относятся: «композиция группы», «структура группы», «групповые процессы», «групповые нормы и ценности», «система санкций». Что значат эти категории применительно к семейным отношениям?

Композиция семьи – это состав семьи. Традиционно выделяют полную и неполную семьи (по составу родительской системы – есть ли в ней оба родителя или только один); нуклеарную и расширенную семьи (включается ли в совместное проживание поколение прародителей); многодетную и малодетную семьи (по составу детей). Особое место занимает приемная семья, а также семья с повторным браком одного из родителей (т.е. критерий их выделения – это кровнородственное отношение одного или обоих родителей к ребенку).

Структура семьи – это характер взаимодействия и отношений членов семьи друг с другом. Сюда относится совместная семейная деятельность, распределение обязанностей, особенности межлично-

стных отношений. Главными категориями анализа структуры семьи являются «статус», «роль», «нормы» и «ожидания».

Групповые процессы в семье – это совокупность явлений, происходящих в семье, организующих ее деятельность и направляющих ее развитие как группового субъекта.

Семейные нормы – принятая в семье система установлений и предписаний в отношении деятельности и поведения каждого ее члена. Система норм может быть некритически воспринята от предыдущих поколений либо выработана на основании критической оценки жизненного опыта супругов.

Семейные ценности – совокупность значимых для членов семьи явлений окружающего мира, которые могут стать объектами их интересов.

Система санкций в семье – механизмы контроля членами семьи поведения друг друга, как принадлежащих данной конкретной малой группе.

Структура отношений в семье

Взаимоотношения супругов являются фундаментом вновь образующейся семьи. От уровня их социальной компетентности во многом зависит стабильность семейной системы. В масштабных исследованиях С.И. Голода было показано, что выработка супругами совместных ценностей и внимание к потребностям друг друга составляет один из аспектов духовного единства семьи и удовлетворенности отношениями (Голод, 1985).

Супруги вступают в отношения уже сложившимися личностями. В связи с этим, говоря о факторах, определяющих качество их отношений, можно выделить те, которые коренятся в предшествующем заключению брака опыте и те, которые выявляются в ходе совместной жизнедеятельности (Андреева, 2006).

В исследованиях, проводимых на кафедре социальной психологии Санкт-Петербургского университета, было показано, что стабильные и благополучные отношения семейных пар отличаются сходством родительских моделей поведения, высокой степенью единства в представлениях о значимых ценностях (Юмкина, 2015).

Завышенные требования и ожидания от партнера не способствуют установлению оптимальной психологической близости, а в отношении срока ухаживаний, отмечается негативное влияние либо слиш-

ком поспешного заключения брака (до полугода), либо затянувшегося периода ухаживания (более трех лет) (Андреева, 2006).

Факторы стабильности семьи, связанные с добрачным периодом жизни супругов	**Факторы стабильности семьи, связанные с совместной жизнью супругов**
- опыт жизни в родительской семье (модели поведения родителей; родительские наставления относительно супружеской жизни); - наблюдение за моделями отношений в других семьях (друзей, родных); - свойства личности (темперамент, характер, установки, привычки и т.д.); - идеальные представления о супруге (ожидания, которые существуют относительно поведения партнера); - мотив вступления в брак; - опыт собственных отношений с противоположным полом; - срок предбрачного ухаживания.	- структура совместной деятельности; - распределение ролей в семье; - характер общения супругов; - социально-психологический климат в семье; - способы регулирования конфликтов; - особенности сексуальных отношений.

В последнем случае подчеркнем именно нахождение отношений в статусе ухаживания, потому как в современной действительности существует немало семей, которые живут полноценной жизнью, решая повседневные задачи, воспитывая детей, но при этом официально не регистрируя отношения. Из мотивов вступления в брак к наиболее конструктивным и повышающим стабильность семьи рядом авторитетных исследователей относится любовь (Карабанова, 2005; Шнейдер, 2000).

Как в психологии, так и в других науках о человеке, любовь отличается многообразием подходов к определению и «… может рассматриваться как эмоциональный процесс, имеющий свой объект; как особый вид деятельности, проявление активности субъекта; как предметное чувство, имеющее генезис и свою динамику развития, допускающую смену объекта…» (Карабанова, 2005). В социальной психологии любовь связывают с межличностной аттракцией, под которой понимается – «… процесс предпочтения одних людей другими, взаимного притяжения между людьми, взаимной симпатии…» (Куницына, 2001). Одной из наиболее признанных теоретических

концепций любви является модель Р. Стенберга. В вершинах предлагаемого автором треугольника находятся такие параметры, как страсть (сильное сексуальное и эмоциональное влечение к партнеру), интимность (симпатия, основанная на общих интересах или ином расположении к партнеру) и преданность (обязательства, которые человек считает необходимым выполнить по отношению к партнеру). Идеальным (совершенной любовью) считается сочетание этих трех компонентов, но в реальности человек может находиться в таком отношении к другому (имеется в виду, не только к потенциальному брачному партнеру), что присутствует либо один, либо два компонента.

Э. Фромм рассматривает любовь как особое искусство, которому каждый человек может обучиться. Признавая созидательный и разрушительный потенциал любви (в зависимости от того, на какой модус она направлена – «любовь к жизни» или «любовь к смерти»), он определяет специфику ее выражения в двух модусах жизни: обладания или бытия. Так, любовь в модусе обладания отличается собственническими установками, для нее характерны муки ревности, зависимость, желание получить как можно больше от партнера (не только материальных благ, но и его духовных сил) и минимально отдать самому. Любовь в модусе бытия выражается как стремление содействовать развитию личности партнера, признание его права на автономность, собственный выбор, уважение его ценностей и целей. При такой зрелости чувства партнер склонен больше отдавать, не ожидая что-либо взамен, т.к. сама способность отдавать есть выражение его внутреннего богатства и силы. Такой характер отношений предполагает высокую личностную зрелость партнеров и был бы желательным в современной семье. На данном этапе он, скорее, представляет зону развития.

Наряду с философским определением любви существует и вполне психологическое ее понимание как определенное состояние и высшее чувство человека, выражающее привлекательность для него какого-либо объекта (в нашем случае, конечно, другого человека). Эмоциональные отношения формируют своего рода психологический климат, на фоне которого членами семьи решаются повседневные чисто бытовые задачи, где успешность зависит от умения распределить обязанности и роли. Представление о супружеских ролях – совпадение в них или несовпадение – составляет суть анализа формализованной структуры в семье.

Один из центральных моментов анализа ролевой структуры семьи – это ее иерархия (доминирование в принятии решений и ответственности) (Дружинин, 2006). Супруги могут выработать систему субординации, например, по патриархальному (доминирование в принятии решений и ответственность свойственно мужу) или матриархальному (доминирует и отвечает жена) типам. Возможно разделение власти в зависимости от компетентности в каком-то вопросе (например, женщина отвечает за приготовление пищи, а мужчина – за ремонтные работы). Другой случай разделения власти связан с изменением жизненных условий (в силу болезни или длительного отъезда), когда один из супругов берет на себя основную долю принимаемых решений и организации жизни всей семьи из необходимости. Особый случай представляет инвертированный тип иерархии, когда ребенок (его потребности, капризы, мнения) становятся организующим центром распределения ролей. В реальной семье может наблюдаться также противоречивая структура формальных связей, когда декларируется авторитет мужа, а реальная власть негласным образом сосредоточена у жены. Кроме того, возможны случаи скрытой борьбы, когда один из супругов на словах признает авторитет другого, но в его отсутствие стремится решить ту или иную задачу по-своему, провоцируя, в конечном счете, недовольство первого.

Ответ на вопрос о предпочтительности патриархальной, матриархальной или эгалитарной структуры формальных отношений супругов зависит от их ожиданий, взаимных требований и ценностей. Если их обоих устраивает именно такой характер отношений, то это и будет главным критерием их стабильности.

Стабильность отношений в супружеской системе становится важной составляющей социальной среды развития для будущего ребенка. Другой составляющей является сформированное представление о родительской роли у каждого из супругов. Рассмотрим социальные предпосылки становления родительской позиции.

Распространенность феномена детей, от которых отказались их биологические родители (Брутман, Варга, Радионова, 1996), дает основания предполагать, что, как материнство, так и отцовство – это явления, связанные с внутренней готовностью личности к рождению и воспитанию детей, решению сопряженных с этим задач и принятию ответственности. Эта внутренняя готовность определяется не только традициями отношения в семье, но имеет гораздо более фун-

даментальную природу, связанную с общественно-экономическим строем и уровнем культуры конкретного общества (Крюкова, 2005).

Процесс усвоения материнской роли регулируется психологическими механизмами ассимиляции, идентификации, осознанного обучения родительству. Э. Фромм определяет специфику материнской и отцовской любви следующим образом. Отношение матери к своему ребенку при его зрелом выражении носит характер безусловного принятия, готовности к самопожертвованию и самоотдаче. Это важнейшее условие формирования базового доверия человека к миру. В то же время отцовская любовь, при определенной степени безусловности, предполагает так же и более пристальное внимание к соответствию ребенка устанавливаемым требованиям и стандартам.

Гармоничное развитие личности предполагает сочетание отцовской и материнской любви.

Ролевой репертуар материнского поведения включает: принятие ребенка (еще на этапе планирования беременности), заботливое отношение к нему, обеспечение физического контакта и чувства безопасности, последовательность в своем поведении, участие в нравственном развитии ребенка, способность принимать взвешенные решения и действовать самостоятельно. От отца ожидается принятие ответственности за семью, в частности за ее материальное обеспечение, принятие стратегических решений, также существенное место занимает любовь к детям и активное участие в развитии их личности (Дружинин, 2006). В исследованиях также отмечается, что роль матери помимо фемининных черт наполняется андрогинными, что позволяет ей быть адаптивной в меняющейся социальной ситуации (Гайдукова, 2011).

Единство формальной и неформальной сторон во взаимоотношениях с ребенком отражается в понятии «стиль воспитания». Основными критериями для разграничения различных стилей является характер контроля за ребенком, предъявление к нему требований и эмоциональное отношения (наличие или отсутствие любви) (Баумринд, 1975). Баумринд предложила 4 стиля: авторитетный (сочетание эмоциональной теплоты к ребенку и разумного контроля за его поведением), авторитарный (эмоциональная холодность с усиленным контролем поведения ребенка, вплоть до диктата), либеральный (выраженная эмоциональная теплота к ребенку при минимуме контроля его поведения), индифферентный (эмоциональная холодность и отсутствие контроля поведения).

Классификациями стилей воспитания занимались такие видные авторы, как А.Е. Личко, Э.Г. Эйдемиллер и В. Юстицкис, А.Я. Варга, А.И. Захаров.

На основе обзоров О.А. Карабанова предложила перечень гармоничного типа семейного воспитания:

«… взаимные эмоциональные принятие, эмпатия, эмоциональная поддержка;

- высокий уровень удовлетворения потребностей всех членов семьи;

- признание права ребенка на выбор самостоятельного пути развития, поощрение автономии ребенка;

- отношениями взаимного уважения, равноправия в принятии решений в проблемных ситуациях;

- признание самоценности личности ребенка и отказом от манипулятивной стратегии воспитания;

- обоснованная возрастными и индивидуально-личностными особенностями ребенка, разумной и адекватно предъявляемой к нему системой требований;

- систематический контроль с постепенной передачей функций контроля ребенку, переходом к его самоконтролю;

- разумная и адекватная система санкций и поощрений;

- устойчивость, непротиворечивость воспитания при сохранении права каждого из родителей на собственную концепцию воспитания и планомерное изменение его системы в соответствии с возрастом ребенка…».

В.Н. Куницына выделяет следующие стили взаимоотношений родителей и детей:

1. Либерально-поддерживающий стиль. Максимально используются поощрения эмоционально-личностного свойства – похвала и поддержка. Очень редко используются наказания.

2. Личностно-развивающий стиль. Родители максимально используют развивающие воспитательные технологии, стимулируют познавательные интересы и способности ребенка, приобщают его к разнообразной деятельности.

3. Доверительный стиль. Поощряется доверие, толерантность к отличиям другого человека, ценность стабильности и уважения долгосрочных, теплых человеческих отношений.

4. Стиль гиперопеки. Ограничение личностной свободы, тотальный контроль. Родители часто используют наказания, в том числе нудное морализирование и физическое воздействие. В отличие от

других стилей взаимодействия блокировано формирование самодостаточности и эмоциональной зрелости. Забота старших о ребенке чрезмерна и постоянна.

5. Опасливо враждебный. Родители плохо знают ребенка, считают его поведение непредсказуемым и враждебным к себе.

6. Угрожающе уничижительный. Ребенка никогда не поощряют. Враждебность и негативное отношение к ребенку в семье воспроизводится в отношениях со сверстниками; в них проявляется жестокость. Наказания разнообразны и часто предполагают унижение на грани садизма. У ребенка формируется и проявляется сильная агрессия, вымещение и злопамятность.

7. Авторитарно-принудительный. Самая высокая зависимость и выраженный эгоизм формируется в условиях авторитарного стиля, где налицо эмоциональная холодность, пренебрежение к желаниям и потребностям ребенка, навязывание своей воли, диктат.

8. Равнодушно дистанционный. Родителей не интересует внутренний мир ребенка, его личность, практически он выключен из системы семейных отношений и существует сам по себе, отсутствуют поощрения, ласка и похвала.

Важнейшими системами воспитательных воздействий, при помощи которых родители осуществляют контроль за нормативным поведением ребенка, являются поощрения и наказания. Поощрения направлены на переживание позитивных эмоций ребенком в связи с верно выполненным требованием, а наказания применяются в том случае, когда ребенок нарушает ту или иную норму и это нарушение необходимо пресечь в дальнейшем.

В исследованиях В.Н. Куницыной была предложена следующая классификация поощрений и наказаний, оформленная в методику ПиН (Куницына, 2010):

Поощрения: а) удовольствия, материальные поощрения; б) предоставление большей свободы; в) похвала и поддержка.

Наказания: а) лишение материальных благ; б) физические наказания и принуждение; в) психологическое давление, угрозы, оскорбления, вплоть до психического насилия.

Проступки: а) малозначительные проступки; б) проступки средней тяжести; в) серьезные проступки. К наиболее серьезным проступкам относятся обман, сквернословие, воровство, употребление спиртного, мучение животных.

По данным В.Н. Куницыной частое прибегание родителей к принуждению или насилию блокирует развитие просоциальных черт поведения у детей. Альтруистическая направленность характера ребенка, напротив, предполагает наименее тяжелые формы наказания и обращение к системе поощрения и объяснения важности соблюдения тех или иных норм.

Долгое время в исследованиях отношений между детьми (сиблингами) в семье фокус внимания был направлен на взаимосвязь личностных особенностей ребенка и порядка его рождения (старший, средний, младший). Впервые на это обратил внимание А. Адлер. Действительно, композиция детской подсистемы семьи составляет важную характеристику социальных условий рождения ребенка, его восприятия мира и выстраивания системы отношений с ним.

За ряд прошедших десятилетий было выяснено, что старший ребенок раньше побуждается к принятию ответственности (в хозяйственно-бытовых делах или присмотру за младшими детьми). В отношении старшего ребенка существует также уязвимое место, связанное с неопытностью родителей при рождении младших детей. Так, резкое переключение внимания на новорожденного может создать у старшего ощущение утраты родительской любви и формированию тревожного типа привязанности (Карабанова, 2005). В случае последовательного и внимательного отношения родителя, естественные муки ревности утихают.

У младших детей в случае преобладания стремлений родителей к удовлетворению всех их потребностей может наблюдаться выраженность эгоцентрических и инфантильных черт поведения (Земска, 1999).

В последние годы приобретает более широкое признание взгляд, что порядок рождения не исчерпывает всего спектра отношений между братьями и сестрами и гораздо продуктивнее строить типологии, исходя из критериев неформальных межличностных отношений. Так, авторы опросника (Adult Sibling Relationship Scale) Ш. Нандвана и М. Катош предложили 4 критерия: 1) забота, эмоциональная близость; 2) доверие к сиблингу; 3) конфликтность и конкурентность; 4) частота и позитивный характер контактов.

Эмпирически выделено 5 типов отношений:

1) очень близкие, дружеские (intimate);
2) родственные, близкие по духу (congenial);
3) лояльные (loyal);
4) безразличные (apathetic);

5) враждебные (hostile).

О.В. Алмазова предложила иную типологию:

1) близкие и неконфликтные (45% выборки);
2) близкие конфликтно-конкурирующие (31%);
3) безразличные (19%);
4) не близкие, конфликтно-конкурирующие (5% выборки).

Интересно, что дух конкуренции в отношениях сиблингов задают в большей степени отцы.

Необходимо отметить, что понимание специфики отношений в детской подсистеме семьи нуждается в более глубокой и тщательной научной разработке. Будучи важным источником формирования коммуникативных умений со сверстниками, отношения сиблингов приобретают особую значимость для понимания успехов и трудностей на пути социализации личности. В настоящее время на кафедре социальной психологии ведутся исследования в этой области. Так, в дипломной работе, выполненной А.А. Медведевой было показано, что отношения между сиблингами опосредуются типом пары (однополая – «брат-брат», «сестра-сестра» или разнополая – брат-сестра) (Юмкина, Медведева, 2019), генерализованным типом привязанности, стилем родительско-детских отношений, благополучие отношений определяется также целым веером ценностных ориентаций, а также самооценкой ряда качеств, связанных с саморегуляцией и поддержанием позитивных взаимоотношений. В дальнейших исследованиях планируется уточнение и раскрытие этих аспектов.

Групповые процессы в семье

Семейная деятельность является одной из крупных по содержанию категорий, которая объединяет в себе различные формы целенаправленной передачи ценных умений от старшего поколения к младшему. Деятельность – одна из основных категорий гуманитарного знания. Она определяется как «… специфически-человеческий способ отношения к миру, предметная деятельность, представляя собой процесс, в ходе которого человек творчески преобразует природу, делая тем самым себя деятельным субъектом, а осваиваемые им явления природы – объектом своей деятельности…» (Батищев, Пономарев, 2009). Деятельность служит способом проявления отношений человека к окружающему миру. В теории В.Н. Мясищева изу-

чение деятельности предстает как функциональный или процессуальный план изучения структуры личности человека.

В одной из отечественных концепций личности В.А. Ядова деятельность образует высший этаж человеческого поведения, диспозицией к которой оказываются ценностные ориентации. Действительно, деятельность предполагает в высшей степени осознанное отношение человека к ее предмету. В частности, деятельность – это «…категория этики, при помощи которой во всем многообразии общественной практики людей выделяется нравственная сторона, из всех видов побуждений (материальных интересов, привычек, склонностей и т.д.) – специфически нравственные мотивы: желание совершать добро, подчинение чувству долга, стремление осуществить определенные идеалы…» (Словарь по этике, 1981).

Семейная деятельность – частный случай деятельности вообще. Изучение ее представляет интерес как в плане осуществления локальных срезов (на выборке в какой-то единичный момент времени) и фиксации того, какие мотивы являются преобладающими в конкретный период времени в элементарной структурной единице общества, так и в лонгитюдном плане, когда ставится цель выяснить, каким образом в деятельности формируются и проявляются высшие отношения личности.

Наличие осознанной цели и аспект освоения конкретных действий – наиболее существенные черты, отличающие семейную деятельность от межличностных отношений или социальных связей.

Процессуальность, как ключевое свойство деятельности, требует учета времени. В связи с этим, можно выделить такие ее компоненты, как (а) досуг, (б) значимые даты (праздники), образующие семейный календарь.

Результативность – другое важное свойство деятельности – позволяет говорить о: (а) совместном творчестве, (б) соблюдении культурных и религиозных традиций, (в) повседневной рутине; (г) гостеприимстве.

В следующих разделах мы рассмотрим внутрисемейную деятельность, которая объединяет (а), (б), (в).

Внутрисемейная деятельность

Проблематика внутрисемейной деятельности не имеет столь широкого освещения в социально-психологических исследованиях семьи. В центре внимания исследователей в большей мере попадают межличностные отношения, тогда как тот фундамент, на котором выстраиваются эти отношения рассматриваются между делом. В наших

исследованиях было показано, что современная молодая семья (учитываются, конечно, исследованные пары) испытывает дефицит совместных занятий, увлечения носят в большей степени индивидуализированный характер, а основа, скрепляющая ее – это эмоциональные связи (Юмкина, 2015). Описанную ситуацию можно уподобить дому, возведенному без фундамента, прямо на земле из довольно хрупкого материала, который со временем ждет участь перекосов и кренов. Нам, безусловно, хочется надеяться, что исследованные пары будут испытывать друг к другу столь же позитивные чувства, что и сейчас еще очень продолжительное время, но данные социологии, антропологии и психологии свидетельствуют в пользу того, что отсутствие налаженной совместной деятельности обедняет отношения.

В пользу этого положения говорит и само разнообразие деятельности, которое выделили Дж. Бейтс и Т. Гудселл (Bates, Goodsell, 2013), правда при анализе отношений между прародителями и внуками:

1) *Работа над родословной* – это составление генеалогического древа, которое позволяет молодому поколению увидеть тот путь, который прошли его предки до настоящего момента, почувствовать себя причастными к истории рода и семейной идентичности. Прародитель здесь получает возможность (как бы пафосно это не звучало) реализовать свое бессмертие как представителей продолжающейся в череде поколений жизни (Барановский, 1990; Кивник, 1985).

2) *Наставничество* – это непосредственная передача ценных знаний, умений и навыков между поколениями. Помимо чисто прагматической пользы этот вид деятельности имеет и важный этический выход, способствуя повышению авторитета старшего поколения в глазах младшего, а сами отношения становятся более доверительными (Харвуд, Хьюстон, Паолини, Воки, 2005).

3) *Духовная деятельность* – в нее включены как религиозные представления и практики, так и весь спектр доброжелательного отношения, которое демонстрируют прародители детям. Сюда входят и мудрый совет, и поддержка, и терпение, и эмоциональное участие.

4) *Формирование характера* отличается от предыдущего тем, что предполагает целенаправленные усилия по воспитанию и развитию личности подрастающего поколения. Это выражается в деятельном примере, нравственных наставлениях и т.д. (Корнабер, 1996)

5) *Организация досуга* – это форма деятельности, предполагающая усилия по содействию и/или участию в свободном времяпрепровождении и отдыхе со внуками (Киветт, 1991; Ньюгартен, Вейнштейн, 1964).

6) *Формирование семейной идентичности* – сюда входят усилия прародителей в поддержании своих детей, оказание им помощи в случае возникновения кризисных обстоятельств (например, развод, болезнь, командировка или, в самом худшем случае – смерть), укреплении семейного духа.

7) *Инвестирование* – это вложение времени, энергии и других ресурсов (например, финансовых) в будущее внуков (Ньюгартен, Вейнштейн, 1964), для обеспечения потребностей внуков в образовании, получении профессии и материальном благополучии.

Указанный перечень деятельности может быть приложим к любому типу межличностных отношений в семье (родителям и детям, супругам). Отметим также, что при несомненных достоинствах описательной модели Дж. Бейтса и Т. Гудселла она может быть усовершенствована введением критериев систематизации. Так, одним из критериев может быть утилитарность/неутилитарность, т.е. преобладание компонента пользы или компонента ценности. Тогда можно говорить о двух уровнях анализа.

На первом уровне рассматриваются такие занятия, в которых члены семьи совершают, рутинные, но *полезные* для нормального функционирования семейной жизни действия (покупки, уборка, ремонт, приготовление пищи, стирка и т.п.).

На втором уровне находятся занятия, которые несут в себе глубокий *духовный* смысл, лишенный очевидной пользы и связанный с тремя высшими общечеловеческими ценностями – красотой (художественное творчество), добром (помогающее поведение) или истиной (познание).

В семье обычным делом являются противоречия, обусловленные различием во взглядах и интересах. Они могут локализоваться в любой подсистеме. Согласно общему определению конфликт – это «…биполярное явление (противостояние двух начал), проявляющее себя в активности сторон, направленной на преодоление противоречий, причем стороны представлены активным субъектом (субъектами)» (Гришина, 2008). Наиболее разработанными в отечественной психологии семейных отношений являются супружеский и детско-родительский конфликты.

Данные литературы дают основания для выделения следующих видов конфликтов:

А) Между супругами:

- супружеский (связанный с вопросами, касающимися интересов мужа и жены);

- родительский (связанный с вопросами воспитания ребенка).

Б) Между родителями и детьми:

- между подрастающими детьми и родителями;
- между супругом и родителями второго супруга.

В) Между прародителями и детьми (близок к Б, но занимает особую позицию вследствие возрастного интервала).

Г) Между сиблингами.

Исследователи сходятся во взглядах на то, что конфликт вполне закономерное явление в процессе сближения двух людей, отражающий волнообразный характер развития отношений. Период близости актуализирует потребность в дистанцировании, при этом могут ущемляться потребности какой-либо стороны, что и обнажает противоречия (Куницына и др., 2001). Эта синусоидальная траектория или, выражаясь образно, пульсация отношений может повторяться без окончательного разрушения отношений между людьми и образовывать то, что А.А. Кроник и Е.А. Кроник назвали «волнами отношений» (по Кратохвил, 2003).

Семейным конфликтам уделено довольно пристальное внимание в психологии семьи. Помимо отмеченных выше, выделяют конструктивные и деструктивные конфликты. Так, О.А. Карабанова отмечает среди позитивных результатов конструктивного конфликта учет интересов всех членов семьи, укрепление отношений и повышение взаимопонимания, а также парадоксальный эффект – снижения общего уровня конфликтности (Карабанова, 2005, с. 99). Представляется, что терминологически более корректно говорить о конструктивном или деструктивном характере разрешения конфликтов, т.к., как было подчеркнуто выше, любой конфликт содержит в себе и созидательный, и разрушительный потенциал для отношений. Тогда как способ актуализации этого потенциала находится в области коммуникативной компетентности конфликтующих сторон.

Рассмотрим причины возникновения конфликтов в каждом из перечисленных выше уровней.

В отношениях между супругами можно говорить о следующих причинах:

1. Во-первых, это деидеализация партнера, когда обнаруживается, что реальный человек не соответствует индивидуальному идеалу супруга. Данный феномен также называется «ловушки» или «подножки» (метафора, предложенная А.А. и Е.А. Кроник (по Кратохвил,

2003, с. 469)) в отношениях. Здесь, согласно данным литературы, может быть выделены разновидности:

- стремление переделать, улучшить супруга. Данный вид конфликта примечателен тем, что один из партнеров либо исходно вступает в отношения с надежной сформировать другого под себя, либо, осознав несоответствие, борется за то, чтобы другой в большей степени стал следовать в своем поведении ожиданиям первого. Острота этих противоборств может быть довольно высокой, зависящей от планки требований, которые устанавливает партнер, и силы оказываемого сопротивления. Исход такого конфликта, как правило, состоит в неминуемой деидеализации, потому как изменить себя в существенных аспектах своей личности сложившемуся человеку крайне трудно и, можно сказать, означает «потерять себя», второму же бывает сложно отказаться от сложившегося представления о должном поведении партнера;

- разочарование в партнере. Это один из самых остро переживаемых видов конфликтов на первых порах развития отношений. В качестве примера можно привести высказывание одной молодой женщины после первых двух лет совместной жизни с супругом: «Иногда кажется, что живущий с тобой человек – настоящее чудовище». Если в паре ни у кого не присутствует желание переделать другого, то возможен пересмотр своих приоритетов и ожиданий с тем, чтобы выйти в конструктивное русло;

- отсутствие заботы супруга о собственной внешности, вследствие чего он теряет привлекательность для другого (Кутсар, 2007, с. 512). Это частное, но немаловажное нормативное отступление (ведь образ партнера включает в себя и компонент физической красоты), которое чаще постигает женщин;

- злоупотребление вредными привычками. Здесь, напротив, объектами деидеализации оказываются чаще мужчины (злоупотребление спиртными напитками, азартные игры и др.);

- отсутствие интереса к внутреннему миру супруга и желания или способности его понять. Конфликтогенность этой ситуации связана с отступлением от нормы взаимности – одного из важнейших этических требований;

- проявление неуважения, ущемления человеческого достоинства (Шнейдер, 2013, с. 192). В данном случае обостряется неравенство партнеров, когда один из них желает продемонстрировать свое превосходство или выместить какие-то внутренние переживания;

- низкая культура общения – язвительность, грубость, невнимательность.

2. Во-вторых, это отсутствие объединяющей супругов совместной деятельности, о цементирующей роли которой было сказано в предыдущих разделах. Здесь встречаются два варианта:

- различные способы проведения досуга (Кутсар, 2007, с. 510). В результате партнеры, по образному выражению, живут рядом, но не вместе – каждый в своем мире. Такая ситуация может быть изначальной данностью при сильном взаимном физическом влечении, а может быть результатом переживания какого-то этапа кризиса продолжительных отношений (например, затянувшейся стадии дистанцирования);

- неудовлетворенность браком вследствие ослабления чувств. Сильные эмоциональные состояния имеют ограниченную продолжительность, постепенно утихая. Как уже обсуждалось выше, если у супругов чувства – главная причина заключения совместного союза, и им не удалось сформировать спектр совместных занятий и интересов, то неудовлетворенность оказывается вполне логичной реакцией на содержательную пустоту отношений.

3. В-третьих, особое место занимают конфликты в связи с вмешательством родителей в жизнь супругов и в семейный бюджет молодой семьи. Казалось бы, желание спросить совета у родителей является вполне уместным, но если ситуация и так между супругами напряжена, то привлечение дополнительных участников при определенных условиях (например, авторитарности родителя или его неприязни к избраннику/избраннице ребенка) может способствовать серьезному осложнению отношений.

4. В-четвертых, отдельно выделяют супружескую неверность, которая при ее анализе часто оказывается следствием либо какой-то одной, либо совокупности вышеперечисленных причин. Она в целом (если только партнер не декларирует изначально, что в его системе ценностей неверность значит, к примеру, естественное выражение его природных потребностей) является индикатором накопившихся противоречий и неудовлетворенностей в паре. В силу каких-то причин партнер не может высказать свои претензии второй стороне и начинает искать восполнения ущемленной потребности с другим человеком. Исход может быть различным – все зависит от соотношения ряда факторов, в частности: значимости для неверного супруга неудовлетворяемой потребности, спектра потребностей, которые

подкрепляются в отношениях с супругом, знания второй стороны о неверности и др. Представляется уместным говорить о разных видах неверности. Так, сексуальная неверность, подкрепляемая представлением о природной полигамности мужчин (хотя в последнее время этот тезис претерпевает критику), считается не столь серьезной в сравнении с неверностью, за которой скрывается фактическая жизнь на две семьи (т.е., когда происходит ощутимый отток внимания и сил супруга на другую сторону).

В связи с описанной природой супружеской неверности представляется интересной классификация супружеских конфликтов В.П. Левкович и О.Э. Зуськовой, где основной критерий – это нарушение удовлетворения основных потребностей в паре, а именно (Левкович, Зуськова, 2007, с. 531):

(1) потребность в исполнении определенных ролей;

(2) потребность в общении друг с другом и с друзьями;

(3) познавательные потребности;

(4) материальные потребности;

(5) потребности в защите «Я-концепции».

Родительско-детские конфликты провоцируются следующими факторами:

- отсутствие любви родителем своего ребенка и выражение этого в форме срытого или явного отвержения;

- жестокость;

- сверхвысокие ожидания от ребенка;

- появление другого ребенка в сочетании с особым отношением к нему со стороны родителей.

Этот перечень можно дополнить отсутствием заботы младшего поколения о старшем, т.е. дистанцирование детей от родителей, расхождение взглядов на воспитание детей/внуков, быт, несоответствия социального статуса ребенка ожиданиям родителей и др.

Между сиблингами поводами для конфликтов, согласно Л.Б. Шнейдер, являются (Шнейдер, 2013, с. 270-275):

- соперничество за родительскую любовь;

- реакции, оценки родителей внешности и способностей братьев и сестер;

- вмешательство родителей в конфликт между сиблингами и принятие чьей-либо стороны.

Конструктивный выход из конфликтов между сиблингами для развития их личности состоит, с одной стороны, в усвоении мораль-

ных норм через посредническую роль родителей. С другой стороны, обнажение крайних позиций, сопровождаемое бурными эмоциями, позволяет детям научиться воспринимать, понимать и оценивать цели, потребности и произвольные действия друг друга. Кроме того, что особенно ценно и возможно при активном содействии родителей – это формирование опыта просоциального поведения между сиблингами благодаря конструктивному преодолению враждебности.

Если говорить о том, что регулярно воспроизводится в семейных конфликтах и обладает свойством наследуемости, то это способ разрешения возникающих противоречий. Наиболее известной классификацией этих способов является модель К. Томаса: доминирование; уход, избегание; уступчивость; компромисс; сотрудничество (Гришина, 2008, с. 252).

В наших исследованиях данный ряд был конкретизирован и дополнен таким образом, что получилось три конструктивные и деструктивные формы поведения членов семьи:

А) Конструктивные – компромисс, прощение, убеждающая аргументация.

Б) Деструктивные – физический или психологический уход, взаимные упреки и припоминания прошлых промахов, открытая перепалка.

Другой устойчивый момент, проявляющийся в конфликтном взаимодействии и касающийся не формы, а его содержания, является нарушение или отсутствие *взаимопонимания* между конфликтующими сторонами. Обобщив результаты многолетних исследований В.Н. Куницына (Куницына, 2014, с. 221) отмечает, что в рамках семьи понимание находится в неразделимом единстве с доверием, что само по себе отличает именно особенности взаимопонимания в семье. Дается следующее определение этому понятию: «понимание и доверие в семье – это целостно функционирующий психологический феномен, который лежит в основе позитивных человеческих взаимоотношений – дружеских, семейных, деловых – и является фундаментом подлинной человеческой близости, основой переживания счастья и единения с близкими по духу и крови людьми. Одновременно это – ценность, существующая в нашем сознании, определяющая установки и поступки, выстраивающая отношения с членами семьи».

Изучение особенностей семейного уклада в связи с ценностными ориентациями показало, что высокая ценность понимания и доверия в семье наблюдается у тех респондентов, родители которых поддерживали дружную атмосферу, сохраняли демократичность в отноше-

нии субординации, целенаправленно заботились о нравственном облике ребенка, демонстрировали конструктивные модели разрешения конфликтов. Примечательно, что умение преодолевать конфликты супругами взаимосвязано с другими ценностями (социальное признание, здоровье, наслаждение жизнью), отрицательные корреляции с которыми указывают, вероятно, на важность ролевой дифференциации в паре. Анализировались различия между указанными переменными. Так, благоприятной оказывается такая ситуация, когда один в паре ориентирован в большей степени на какую-то из указанных ценностей, а другой способен идти ему навстречу (Юмкина, Медведева, 2019). Несмотря на довольно обширное число работ, область семейных конфликтов оставляет немалое пространство для научных исследований.

К групповым решениям, принимаемым в семье, относится весь спектр вопросов, касающихся ее жизнедеятельности (распределения бюджета, режима труда и отдыха, совместного досуга, обучения и воспитания детей). В них главную роль играют взрослые члены семьи – супруги, а также их родители (если совместная жизнь происходит в расширенной семье или влияние родителей сохраняется в силу каких-то причин). Как отмечает Г.М. Андреева, принятие групповых решений зависит от структуры лидерства, что сохраняет свое значение и в семье. Процесс принятия решения предполагает не только выдвижение какой-либо точки зрения, но и принятия ответственности за ее осуществление. Исходя из этого, возможны, по меньшей мере, три варианта принятия решений:

- единоначалие, когда все решения принимаются кем-то одним (например, только мужем или только женой);
- распределение сфер принятия решений (например, муж отвечает за крупные стратегические покупки, жена – за тактические, повседневные);
- коллегиальное принятие всех решений (семейный совет обсуждает все вопросы).

Один из тонких моментов в принятии решений – это высказывание критики. К сожалению, практика ведения социально-психологического тренинга позволяет констатировать недостаточный уровень владения приемами конструктивной критики в отношении друг друга. Часты переходы на личности, акцентирование слабых сторон предложения, нежелание подчеркнуть конструктивное его зерно. В детско-родительских отношениях этих ошибок еще больше,

им пронизаны такие стили воспитания, как угрожающе-уничижительный и опасливо-враждебный. Как можно судить, неумение конструктивно критиковать делает процесс принятия групповых решений потенциально конфликтогенным, способствуя росту неудовлетворенности отношениями, усилению использования манипулятивных приемов коммуникации (смысл которых зачастую именно в невозможности в открытом обсуждении договориться с партнером).

Мы выделили такой аспект как семейное согласие как своеобразный результат переговоров, обсуждений, в том числе и конфликта, предполагающий единство взглядов на ряд аспектов семейной жизни. Эта сторона отношений отражает общий уровень благополучия в семье и удовлетворенности отношениями.

По данным наших исследований, семейное согласие в молодых супружеских парах (Юмкина, 2015) предполагает в целом, развитие у них коммуникативных умений, в частности, уважения личных границ, умения вести разговор. Кроме того, важна сформированная привязанность к партнеру и ценность его мнения, видения в нем целостной личности. В то же время, ориентация кого-либо в паре на независимость, достижение успехов во внесемейной сфере приводит к снижению взаимного согласия супругов. Отражением согласия между родителями в восприятии детей способствует их ориентации на преемственность семейного опыта и традиций.

Подводя итог данному разделу, отметим, что к семье, как малой социальной группе, приложимы общие принципы социальной психологии. В ней поддерживается определенная структура отношений, задаваемая границами поколений. Одной из ключевых сторон, обуславливающих стабильность отношений в семье, является совместная деятельность. Чем она насыщеннее, интенсивнее и стратегически выверена (удовлетворяет интересам образующих семью людей в перспективе), тем более крепкие и гармоничные отношения соединяют родных людей. Опосредование совместной деятельности общением делает не менее важным уровень коммуникативной культуры взрослой части семьи, куда входит умение проявить внимание, поддержку, высказать критику, разрешить противоречие, выработать общее решение. В практическом плане задаче развития коммуникативной компетентности служит универсальный методический подход, реализуемый в социально-психологическом тренинге, который позволяет повысить доброжелательность и содействовать развитию родственных связей между людьми.

Глава 13

ПЕРЕГОВОРЫ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

Переговоры – один из старейших видов человеческой деятельности, который направлен на решение проблем как при организации сотрудничества, так и при урегулировании конфликтных ситуаций. Переговоры предполагают по крайней мере наличие двух участников, интересы которых частично совпадают, а частично расходятся. В. Мастенбрук считает, что «переговоры – *стиль* поведения, а по мнению П.Т. Стила и Т. Бизора переговоры понимаются как «*процесс,* в ходе которого стороны продвигаются с их первоначально противоположных позиций в положение, когда может быть достигнуто соглашение» (Стил, Бизор, 2004, с. 3).

Конечно, в современном мире переговорная практика значительно усложнилась, приобрела разнообразные формы, расширила проблематику и т.п., но, тем не менее, переговоры продолжают оставаться своеобразным «мостом» между двумя другими видами политической деятельности, выделенными Д. Хелдом, – *борьбой и сотрудничеством*. Основным преимуществом переговоров с другими способами урегулирования конфликтной ситуации является то, что в них происходит реальное взаимодействие обеих сторон, а сами участники взаимозависимы, обе стороны находятся в совместном поиске взаимоприемлемого варианта решения проблемы. С другой стороны, каждая сторона имеет возможность самостоятельно контролировать степень включенности в процесс: регулировать и устанавливать временные границы, сроки, даты, определять рамки соглашения и т.д.

Переговоры

Переговоры всегда рассматривались в качестве главной составляющей дипломатии. Однако возникает вопрос: каковы условия, необходимые для проведения переговоров? Р. Фишер и У. Юри ввели специальный термин BATNA (аббревиатура от англ. Best Alternative To a Negotiated Agreement) – наилучшая альтернатива переговорному решению (соглашению). Ее отсутствие – одно из важнейших условий начала переговорного процесса. Здесь необходимо особо подчеркнуть слово «наилучшая», поскольку, вступая в переговоры по урегу-

лированию конфликта или сотрудничеству, участники все же имеют им альтернативы (Фишер, Юри, 1990). Поэтому в добавление к существующему понятию наилучшей альтернативы целесообразно ввести еще одно: альтернативы переговорному решению. Чтобы сделать данное понятие сопоставимым с тем, что предложили Р. Фишер и У. Юри, воспользуемся английской аббревиатурой ATNA (Alternatives To a Negotiated Agreement).

Если участники переговоров определяют границы своих допустимых решений так, как показано на рис. 7, то это означает, что переговорное пространство у них отсутствует. В таком случае переговоры могут состояться, например, при неверной оценке участниками соотношения интересов друг друга. *Но вряд ли будет достигнуто согласие. Если же одной стороне все же удастся навязать решение, то оно будет восприниматься как несправедливое или нечестное.* В результате решение будет плохо выполняться.

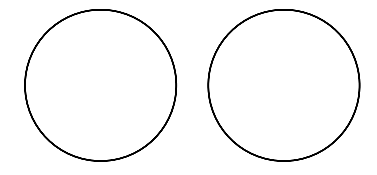


Рис. 7. Отсутствие переговорного пространства

При пересечении зон допустимых решений, т.е. наличии переговорного пространства (рис. 8), можно ожидать выполнения договоренностей, поскольку они воспринимаются сторонами как взаимовыгодные.

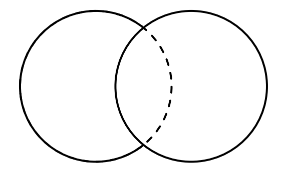


Рис. 8. Наличие переговорного пространства

Подчеркнем, что речь идет о соотношении именно *интересов*, а не ценностей. *Ценности – это то, что не подлежит обсуждению, так* как п*о ценностям не делают уступок.* Важно иметь в виду, что, как и BATNA, переговорное пространство, во-первых, не является раз и навсегда фиксированным. Оно может меняться в ходе взаимодействия участников – появляться, расширяться, сужаться, конкретизироваться и даже исчезать. В последнем случае стороны будут вынуждены вновь вернуться к односторонним действиям. Во-вторых, переговорное пространство также оценивается самими участниками переговоров, поэтому при его определении возможны ошибки, что, конечно, скажется на самом переговорном процессе.

Поведение участника в зависимости от наличия у него BATNA и переговорного пространства

Поведение участника переговоров в зависимости от наличия или отсутствия у него BATNA и переговорного пространства представлено в табл. 7. Из нее следует, что отсутствие BATNA – непременное условие переговорного процесса, а поскольку переговоры предполагают, как минимум две стороны, то это означает, что ни одна из них не должна иметь BATNA.

Таблица 7

Поведение участника в зависимости от наличия у него BATNA и переговорного пространства

Переговорное пространство	**BATNA**	
	имеется	**отсутствует**
Отсутствует	4. Реализация BATNA	2. Разработка альтернатив с целью превращения их в BATNA и поиск переговорного пространства
Имеется	3. Реализация BATNA	1. Переговоры

1. *Наличие переговорного пространства при отсутствии BATNA – основа для ведения переговоров.* Иногда участники вступают в переговоры и при отсутствии переговорного пространства в надежде определить его возможные рамки. В том случае, если у сторон имеется лучшая альтернатива при отсутствии переговорного пространства, то очевидно, что нет необходимости в переговорах, поскольку будет реализовываться именно BATNA.

2. *Возможна и ситуация, когда у участников не имеется ни переговорного пространства, ни BATNA.* Тогда стороны разрабатывают варианты того и другого. В условиях конфликта, как правило, сначала стороны стараются разработать свои ATNA и найти среди них наилучшую, понимая, что в противном случае сам факт вступления в переговоры будет накладывать на них ограничения в реализации максимальных целей и даже в разработку альтернатив в дальнейшем.

3. *Ситуация, когда у участника есть и переговорное пространство, и BATNA, также нередко встречается.* Правда, скорее она характерна в условиях сотрудничества сторон и означает, что в принципе совместная деятельность возможна и обе стороны получат от нее выгоду. Однако эта ситуация встречается тогда, когда по крайней мере у одного из участников существует лучшая для него альтернатива, например, другой *партнер*, с которым взаимодействие выгоднее.

4. *Ситуация, когда у участника есть BATNA, но нет переговорного пространства, также нередко встречается.* По мере развития событий та или иная альтернатива переговорам может стать предпочтительнее, чем переговорное решение, т.е. она превратится в BATNA. В этом случае переговоры прерываются и стороны переходят к односторонним действиям. В этом смысле известное выражение «когда говорят пушки, дипломаты молчат» оказывается относительным: нередко они говорят одновременно.

Типология переговоров

Существуют различные типологии переговоров. Одним из критериев может быть *количество участников*. В этом случае выделяют: 1) двусторонние переговоры; 2) многосторонние переговоры, когда в обсуждении принимают участие более двух сторон.

Другим критерием может быть *участие третьей стороны*. На основе факта привлечения третьей нейтральной стороны или без такового разграничивают: 1) прямые переговоры – предполагают непосредственное взаимодействие участников конфликта; 2) непрямые переговоры – предполагают вмешательство третьей стороны.

В зависимости *от целей участников* переговоров выделяют следующие их типы: 1) переговоры о продлении действующих соглашений; 2) переговоры о перераспределении полномочий, когда одна из сторон конфликта требует изменений в свою пользу за счет другой; 3) переговоры о создании новых условий, с целью заключении новых соглашений; 4) переговоры по достижению побочных второстепенных вопросов.

Динамика переговорного процесса

В самом процессе переговоров можно выделить конкретные этапы, которые наделены своими специфическими чертами. При этом на каждом этапе переговорный процесс имеет как содержательные, так и процессуальные отличия.

Основные этапы ведения переговоров. Выделяет три стадии в переговорах:

1) поиск проблемы, возможной для решения;

2) выработка программы действий;

3) достижение договоренности.

Американский исследователь М. Блейкер также описывает три стадии переговоров.

Первая стадия связана с подготовкой к переговорам, когда необходимо сделать ситуацию переговорной, т.е. вынести на обсуждение такие вопросы и так по ним сформулировать позицию, чтобы в дальнейшем было возможно обсуждение.

Вторая стадия предполагает проведение переговоров.

Третья – достижение договоренностей.

В работах других авторов, в частности У. Зартмана, М. Бермен (Zartman, Berman, 1982), также отмечается наличие стадий в перего-

ворном процессе. Авторами представляется целесообразным выделить следующие стадии:

1) подготовка к переговорам (предпереговорная стадия);

2) процесс их ведения и достижение договоренностей, если переговоры закончились их подписанием (стадия взаимодействия);

3) анализ результатов переговоров и выполнение достигнутых договоренностей (имплементация).

К. Селлих, С. Джейн (C. Cellich, S. Jain, 2016) выделяет три фазы:

1) начальная;

2) фаза обмена информацией (неопытные переговорщики склонны пропускать фазу обмена информацией и переходить к уступкам);

3) фаза уступок.

Выделение именно этих стадий обусловлено прежде всего различиями в характере деятельности на каждой из них, стоящими задачами и типом взаимодействия участников переговоров, характером встречных предложений.

Первый этап предшествует переговорам и называется подготовительным. На этом этапе можно выделить два основных подэтапа:

1) *фаза целеполагания и анализа информации*, когда происходит систематизация и осмысление всей доступной информации об участниках переговоров, их возможных намерениях и целях,

2) *фаза планирования*, во время которой определяются наиболее перспективные, основные и запасные варианты хода ведения переговоров.

Подготовительный этап

Три основные составляющие подготовки переговорного процесса:

- информационная;
- психологическая;
- тактическая.

1. Информационная подготовка

Сбор информации – один из важнейших этапов подготовки к переговорам. Информацию условно можно подразделить на три категории:

- информация о собственных целях, планах и условиях, определяющих решение задач;
- информация о партнере. Эта информация никогда не бывает чрезмерной. Она включает в себя личностные характеристики оппо-

нента, финансовое положение его фирмы, особенности продукции, его деловые связи и т.п.;

- информация о внешней среде, в которой идут переговоры. Под внешней средой здесь понимается политическая обстановка, ситуация на рынке, условия функционирования средств доставки, законы и положения, регламентирующие тот или иной вид деятельности, налоговое и таможенное законодательство.

2. Психологическая подготовка

Включает в себя два основных аспекта:

- личная психологическая подготовка;
- общая психологическая подготовка, необходимая для создания определенного климата переговоров.

3. Тактическая подготовка

Включает разработку таких тактических приемов, применение которых позволяет «вести другую сторону» и добиваться поставленной цели с минимальными потерями.

Тем не менее, необходимо минимизировать возможность того, что соглашение **не будет** достигнуто, для чего следует: 1) отказаться от влияния негативных установок, сужений, критики в адрес противоположной стороны; 2) стремиться к расширению возможных вариантов решения проблемы, понимая, что не может быть одного единственного и правильного решения, предложенного одной стороной; 3) стремиться «услышать» другую сторону в направлении взаимоприемлемого решения; 4) не воспринимать излишне простой сложную ситуацию, а сложную не сводить к фиксированной сумме выгод.

Для проработки альтернативных возможностей для проведения переговоров с другими партнерами можно использовать переговорную матрицу (табл. 8).

Таблица 8

Предпереговорная матрица

ПРЕДПЕРЕГОВОРНАЯ МАТРИЦА		
Варианты, параметры сделки	**MIN**	**MAX**
1		
2		
3		

Для проведения эффективной подготовки к переговорам может быть необходимо проведение: экономической экспертизы, группового обсуждения отдельных вопросов по методу «мозгового штурма», экспертного опроса по оценке вариантов решения, использование техники имитационного моделирования, составление балансных листов с вариантами предложений и всевозможными позитивными и негативными последствиями их решения.

Процесс ведения переговоров

Собственно, переговоры начинаются с того момента, когда стороны приступают к обсуждению проблемы. К этому моменту должны быть рассмотрены и изучены следующие вопросы:

1. Цель переговоров.
2. Позиция противоположной стороны.
3. Предмет переговоров.
4. Ситуация и условия проведения переговоров.
5. Присутствие третьей стороны и других лиц на переговорах.
6. Форма организации и проведения переговоров.

Поэтому, для того чтобы ориентироваться в ситуации переговоров, необходимо хорошо понимать, что представляет собой процесс взаимодействия при ведении переговоров, из каких подэтапов он состоит. Можно говорить о трех подэтапах ведения переговоров:

1) уточнение интересов, концепций и позиций участников;
2) обсуждение (обоснование своих взглядов и предложений);
3) согласование позиций и выработка договоренностей.

В ходе *уточнения интересов и позиций* снимается информационная неопределенность по обсуждаемой проблеме. Именно на этом подэтапе наиболее полно реализуется информационно-коммуникативная функция переговоров. В процессе уточнения участники излагают свои позиции, вносят предложения, предоставляют необходимые разъяснения по ним. Предложения выполняют функцию дальнейшего уточнения позиций, поскольку с их помощью стороны определяют свои приоритеты и понимание возможных путей решения проблемы. Разумеется, предложения могут вноситься и на более поздних стадиях ведения переговоров, но там они зачастую выполняют иные функции. Например, компромиссные предложения на заключительном этапе переговоров обычно бывают направлены на согласование позиций участников.

Уточнение позиций имеет важное значение при конфликтных отношениях сторон, не говоря уже о вооруженном конфликте. В этих случаях на данном этапе специальное внимание уделяется выработке основ «общего языка». Дело в том, что при конфликте участники нередко исходят из совершенно различных определений и представлений о путях решения проблемы, а подчас не совпадает терминология, которой они оперируют.

Второй подэтап ведения переговорного процесса – *обсуждение (аргументация*) – направлен на то, чтобы максимально понятно обосновать собственную позицию. Обсуждение является логическим продолжением уточнения позиций. Стороны путем выдвижения аргументов в ходе дискуссии, высказывания оценок в адрес предложений партнеров показывают, с чем и почему они принципиально не согласны или, напротив, что может быть предметом дальнейшего обсуждения. Если стороны стремятся решить проблему путем переговоров, то результатом этапа аргументации должно быть определение рамок возможной договоренности.

Третий подэтап ведения переговоров – *согласование позиций*. Выделяют две фазы согласования: сначала согласование общей формулы совместного решения, а затем – деталей. При выработке общей формулы, а затем и при ее детализации стороны проходят как бы все три этапа: уточнение позиций, их обсуждение и согласование.

Совместное решение – это решение, которое стороны рассматривают как наилучшее в данной ситуации. Существует три типа совместных решений участников переговоров: компромиссное, или «срединное решение»; асимметричное решение, относительный компромисс; нахождение принципиально нового решения путем сотрудничества.

Основные методы, используемые при ведении переговоров

При проведении деловых переговоров используются следующие основные методы: вариационный, интеграции, уравновешивания, компромиссный.

Вариационный метод используется при подготовке к сложным переговорам, когда заранее можно предположить негативную реакцию противоположной стороны. Поэтому важно определиться с идеальным и оптимальным решением проблемы, подготовиться к ожидаемым трудностям, сформулировать аргументы и контраргументы, быть подготовленным к различным реакциям со стороны противопо-

ложной стороны, владеть необходимым запасом аргументов «за» и «против», иметь запасной вариант решения проблемы на ограниченный срок.

Метод интеграции предназначен для того, чтобы убедить партнера в необходимости оценивать проблематику переговоров с учетом общественных взаимосвязей и вытекающих отсюда потребностей установления кооперации. Данный метод используется в тех случаях, когда, например, партнер игнорирует общественные отношения и подходит к осуществлению своих интересов с узковедомственных позиций. Поэтому важно создать такую атмосферу на переговорах, чтобы партнер осознал необходимость интеграции, избегая высказываний, суждений, оторванных от интересов партнера и не связанных с конкретным предметом обсуждения.

Метод уравновешивания предназначен для построения логической структуры в переговорах. При использовании этого метода разрабатываются доказательства и аргументы (факты, результаты расчетов, статистические данные, цифры и т.д.), которые целесообразно использовать, с целью побудить партнера принять ваше предложение. Следует заранее обдумать возможные контраргументы партнера, приготовиться к их отражению и нейтрализации.

Компромиссный метод используется при подготовке к переговорам сотрудничества, когда обе стороны проявляют готовность к компромиссам. При компромиссном решении согласие достигается за счет того, что партнеры после неудавшейся попытки договориться между собой частично отходят от своих требований (от чего-то отказываются, выдвигают новые предложения). Соглашение на основе компромиссов заключается в тех случаях, когда необходимо достичь общей цели переговоров, когда их срыв будет иметь для партнеров нежелательные последствия.

Завершение переговоров

Если ход переговоров был позитивным, то на завершающей их стадии необходимо резюмировать, кратко повторить основные положения, которые затрагивались в процессе переговоров, и, что особенно важно, характеристику тех положительных моментов, по которым достигнуто согласие сторон. Это позволит добиться уверенности в том, что все участники переговоров отчетливо представляют суть основных положений будущего соглашения, у всех складывает-

ся убеждение в том, что в ходе переговоров был достигнут определенный прогресс.

Приемлемое для сторон решение может быть отражено в итоговом документе, который может носить различные наименования, а именно:

- Договор – это правовой акт, устанавливающий права и обязанности договаривающихся сторон. Это может быть: мирный договор, союзный договор, договор о гарантиях и т.д. В международной сфере наиболее значимые договоры иногда называют пактами с последующей расшифровкой содержания.
- Конвенция – договор по отдельному вопросу права, экономики или администрирования (например, консульские конвенции, таможенные конвенции).
- Соглашение – это договор по вопросу сравнительно небольшого значения или временного характера, заключаемый на непродолжительный срок (например, соглашение о пользовании пограничными водами, временное торговое соглашение).
- Протокол – обычно фиксирует в кратком изложении соглашение, достигнутое по определенному вопросу (например, протокол по таможенно-тарифным вопросам, протокол о продлении срока действия договора). Иногда протокол является дополнением или разъяснением к договору или соглашению (дополнительный протокол, протокол согласования, заключительный протокол).
- Протокол о намерениях – это соглашение сторон, не носящее юридического характера. Его цель – прояснить и согласовать намерения сторон на основе установления общих интересов в процессе переговоров.
- Декларация и меморандум – довольно редкие документы, в которых стороны торжественно заявляют, что они будут придерживаться одинаковой линии поведения в каком-то вопросе (например, Декларация трех держав: СССР, Великобритании и США, принятая в декабре 1943 г. в Тегеране).
- Джентльменское соглашение – это договор, заключенный в устной форме между договаривающимися сторонами, не имеющий характер официального.

Заключительным периодом переговорного процесса является *анализ результатов переговоров и выполнение достигнутых договоренностей*. Принято считать, что если стороны подписали некий документ, значит, переговоры были не впустую. Но наличие соглашения

еще не делает переговоры успешными, а его отсутствие не всегда означает их провал. Можно выделить три индикатора успешности переговоров:

1. Субъективные оценки переговоров и их результатов. Переговоры можно считать удавшимися, если обе стороны высоко оценивают их итоги.

2. Степень решения проблемы. Успешные переговоры предполагают решение проблемы, однако участники могут по-разному видеть, насколько проблема решена.

3. Выполнение обеими сторонами взятых на себя обязательств.

После завершения переговоров необходимо провести анализ их содержательной и процессуальной стороны, т.е. обсудить следующее:

– что способствовало успеху переговоров;
– какие возникали трудности, как они преодолевались;
– что не учтено при подготовке к переговорам и почему;
– каково было поведение оппонента на переговорах;
– какой опыт ведения переговоров можно использовать.

График встреч. Отведение определенного времени для обсуждения тех или иных вопросов повестки дня.



Рис. 9. Начальный этап переговоров

Начальный этап переговоров

1. Знакомство сторон. Презентация сторон. После знакомства одна из сторон в нейтральных терминах кратко излагает **предмет и цель переговоров.**

Основные требования к характеру построения коммуникаций:

– спокойный, доброжелательный тон;
– внимательно слушать собеседника, не перебивая.

Общие сведения:

– через 5-7 минут после начала подается чай, кофе;
– через час чай, кофе предлагается вторично;
– по окончании переговоров (подписания протокола о намерениях, контракта, договора) устраивается протокольное мероприятие (например, прием).

2. Вводятся основные правила – нормы поведения, которыми будут руководствоваться в переговорах. Чем сложнее переговоры, тем выше значение этих правил.

Некоторые из основных правил, которые могут быть использованы на переговорах, подробно описаны в работе М. Спэнгла и М. Айзенхарта (Спэнгл, Айзенхарт, 2009, с. 128). Карпентер и Кеннеди (Carpenter, Kennedy, 1988) предлагают особые правила, если переговоры проходят между конфликтующими сторонами.

Если должны обсуждаться условия контракта, например, между различными подразделениями (администрацией и профсоюзами) Л. Каирнс предлагает вводить специальные правила.

Вот некоторые типичные процедурные вопросы, которые целесообразно включить в названный план:

– перечень сторон, привлекаемых к переговорам;
– число участников с каждой стороны;
– возможность привлечения дополнительных членов команды;
– время и место первой и последующих встреч;
– временные рамки переговоров;
– форма итогового соглашения;
– отношение к конфиденциальности процесса;
– механизм определения достоверности информации;
– правила поведения на переговорах;
– порядок обсуждения вопросов;

– разрешение разногласий в случае обвинений в нарушении процедурных соглашений (Cairns, 1996).

3. Составляется план дискуссии, согласуется порядок ее проведения.

1) Определить проблему.
2) Предложить варианты решения проблем.
3) Оценить альтернативы.
4) Выбрать лучшую.
5) Согласовать способ реализации соглашения.

Обмен информацией

Начальные предложения. Чтобы переговоры оказались плодотворными, начальные предложения должны быть следующими:

- Подчёркивать взаимную выгоду сторон.
- Ясными и позитивными.
- Быть достаточно гибкими.
- Способствовать конструктивной атмосфере.

Соответствие предложений фазам переговорного процесса по К. Селлих (Cellich, 2000, с. 15):

начальная фаза	участник делает первое предложение
	предложение отклоняется
	участник спрашивает, Почему?
	ему дают некоторую информацию
фаза обмена информацией	участник продолжает спрашивать о деталях
	ему дают дополнительную информацию
	участник подтверждает, что понимает ситуацию
	подтверждение принято
фаза уступок	участник делает встречное предложение
	предложение частично принято
	участник делает новое предложение
	предложение принято
	предлагается окончательное соглашение

Рис. 10. Соответствие предложений фазам переговорного процесса (Cellich, 2000, с. 15)

Первое предложение. Если участник переговоров хочет захватить инициативу и задать тон дискуссии, захватить тактическое преимущество, ему нужно сделать первое предложение, первым установить границы дискуссии или точку отсчета. Такая установленная точка может повлиять на реакцию другой стороны.

«Жесткое» или «мягкое» предложение. Участники стоят перед сложным выбором: им нужно решить «жёстким» или «мягким» должно быть первое предложение. Если делает участник жесткое предложение – он может потерять сделку. Если делает мягкое предложение – он может потерять прибыль. Реальный опыт в этой области показывает, что те, чьи исходные предложения были довольно «жесткие», достигают более высоких результатов, чем те, чьи предложения были более «мягкими».

Жёсткость. Лучше с самого начала просить высокую цену, что позволит участникам. Ваше жесткое предложение не должно быть настолько жёстким, что это сразу же заводит в тупик.

Мягкость. Иногда опытные переговорщики намеренно делают мягкие предложения, не столько для того, чтобы заключит сделку, а для того, чтобы их втянули в переговоры. *Опытные переговорщики ожидают возражений и готовы к ним.* Цель возражений – заставить участника потерять уверенность в себе и начать защищаться.

Основные стратегии ведения переговоров

Под стратегией традиционно понимается общий план достижения какой-либо сравнительно долговременной цели. Цель – это предполагаемый результат действия, являющегося его причиной. Прежде чем приступать к переговорам, участники должны четко представлять, каковы цели их проведения.

Стратегии (подходы) к переговорам зависят от внешнеполитической стратегии государства, культуры, эрудиции и опыта участников переговоров.

Все исследователи переговорного процесса едины в том, что основанием для принятия той или иной стратегии является вопрос – рассматривают ли стороны переговоры как продолжение борьбы или как процесс решения проблемы, предполагающий совместные усилия. Соответственно этому выделяются две стратегии переговоров: стратегия торга (bargaining); стратегия совместного с партнером поиска решения проблемы (joint problem–solving).

По образному определению известного английского дипломата и политического деятеля Г. Никольсона, в первом случае это переговоры «воинов» (рис. 11), во втором – «лавочников» (рис. 12).



Рис. 11. Стратегия торга

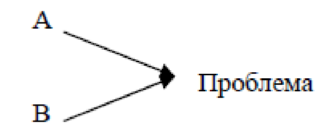


Рис. 12. Партнерская стратегия

Первые напоминают военные действия или, в лучшем случае, военные маневры. Победа – главное для «воинов», отказ же от нее означает для них поражение. Переговорному подходу «воинов» Г. Никольсон противопоставляет концепцию «лавочников», которые нацелены на достижение взаимовыгодного соглашения. В этом они видят цель и смысл переговоров. Эти две основные стратегии и оказались в центре внимания исследователей, занятых проблемами изучения переговоров. Одним из центральных вопросов, обсуждавшихся в научной литературе, был вопрос о том, какая стратегия в торге является наиболее эффективной для получения максимального результата (выигрыша): «жесткая» или «мягкая». Другими словами, должен ли быть торг с минимальными уступками (жестким) или, напротив, он должен предполагать компромиссные предложения и решения (мягким) (Никольсон, 1941).

По мнению Н.М. Лебедевой, авторами идеи стратегии «жесткого торга» были американские исследователи С. Сиджел и Л. Фурекер (Лебедева, 2010). Участники переговоров, использующие стратегию «жесткого торга», использует принуждение, чтобы заставить каждую сторону сделать уступки и достичь соглашения. Этот способ реагирования на тенденцию конфликтующих сторон занимать крайние позиции и быть непримиримым. В таких переговорах отношения

обычно бывают антагонистичными и враждебными. Результатами скорее бывают компромиссы, а не взаимоприемлемые соглашения.

Почти одновременно с идеей стратегии «жесткого торга», Ч. Осгудом была сформулирована концепция стратегии «мягкого торга». При использовании стратегии «мягкого торга» приоритетным является достижение соглашения, не доводя ситуацию до конфликта. Иногда это означает, что уступки делаются слишком легко, и трудные вопросы, которые могут вызвать разногласия, стараются обходить.

В конце 70-х годов в качестве альтернативы торгу стали активно развиваться идеи партнерского подхода. Ее авторы и наиболее последовательные сторонники, американские исследователи Г. Райффа, Р. Аксельрод, Р. Фишер и У. Юри ввели в обиход понятие «принципиальные» переговоры.

В последние десять лет в литературе стала преобладать тенденция не противопоставлять две стратегии друг другу. В частности, отмечается, что в реальной практике ведения переговоров практически невозможно встретить «чистый» торг» или «чистые принципиальные» переговоры, – обе стратегии присутствуют одновременно. В частности, М. Лебедева отмечала, что в рамках одних и тех же переговоров обычно наблюдаются колебания на прямой линии – «торг – совместный с партнером анализ проблемы» (рис. 13).

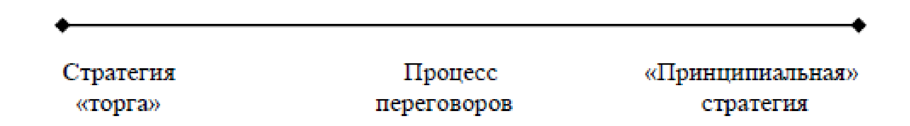


Рис. 13. Соотношение стратегии «торга» и «принципиальной» стратегии

Р. Фишер и У. Юри выделили характерные черты стратегии «жесткого торга», «мягкого торга» и «принципиальной» стратегии (табл. 9).

Таблица 9

Стратегии ведения переговоров по Р. Фишеру и У. Юри

Мягкий подход	**Жесткий подход**	**Принципиальный подход**
Участники – друзья	Участники – противники	Участники вместе решают проблему
Цель-соглашение	Цель – победа	Цель – разумный результат, достигнутый эффективно и дружелюбно
Делать уступки для культивирования отношений	Требовать уступок в качестве условия для продолжения отношений	Отделить людей от проблемы
Придерживаться мягкого курса в отношениях с людьми и при решении проблемы	Придерживаться жесткого курса в отношениях с людьми и при решении проблемы	Придерживаться мягкого курса в отношениях с людьми, но стоять на жесткой платформе при решении проблемы
Доверять другим	Не доверять другим	Продолжать переговоры независимо от степени доверия
Легко менять свою позицию	Твердо придерживаться своей позиции	Концентрироваться на интересах, а не на позициях
Делать предложения	Угрожать	Анализировать интересы
Обнаруживать свою подспудную мысль	Сбивать с толку в отношении своей подспудной мысли	Избегать возникновения ненужной линии
Допускать односторонние потери ради достижения соглашения	Требовать односторонних дивидендов в качестве платы за соглашение	Обдумывать взаимовыгодные варианты

Таблица 9 (продолжение)

Мягкий подход	Жесткий подход	Принципиальный подход
Искать единственный ответ: тот, на который они пойдут	Искать единственный ответ: тот, который примете вы	Разработать многоплановые варианты выбора: решать позже
Настаивать на соглашении	Настаивать на своей позиции	Настаивать на применении объективных критериев
Пытаться избежать состязания воли	Пытаться выиграть в состязании воли	Пытаться достичь результата, руководствуясь критериями, не имеющими отношения к состязанию воли
Поддаваться давлению	Применять давление	Размышлять и быть открытым для доводов других; уступать доводам, а не давлению

Таким образом, при жестком подходе участники переговоров – противники, цель переговоров – победа любой ценой, способы – любые, вплоть до некорректных и запрещенных. При мягком подходе участники переговоров – друзья, цель – сохранение хороших отношений с другой стороной даже, несмотря на возможные потери. Практика проведения международных переговоров показывает, что применение стратегии торга неэффективно и неконструктивно. Соглашения, принятые по результатам таких переговоров, чаще всего представляют собой временные компромиссы. Наиболее эффективной является принципиальная стратегия. Она предполагает переговоры, где люди отделены от проблемы, главное внимание уделяется не позициям сторон, а их интересам. Цель – совместное решение проблемы на основании объективных критериев с учетом интересов партнера по переговорам.

Напомним, что основными видами политической деятельности, выделенными Д. Хелдом, являются *борьба и сотрудничество*. Таким

образом, конфликтующие стороны могут придерживаться разных стратегий ведения переговоров, которые сводятся к двум основным стратегиям: 1) позиционный торг, ориентированный на *конфронтационный* тип поведения, и 2) переговоры на основе интересов, предполагающие *партнерский* тип поведения (Лебедева, 2010).

Углубляясь в проблему отношений особого внимания, на наш взгляд, заслуживает изучение межгрупповых отношений в рамках теории игр (Fearon, Laitin, 1996). Авторы используют игровую модель («game model») для того, чтобы описать межэтническое взаимодействие, применяя социальную игру, известную как «дилемма заключенного». В таблице показаны возможные варианты и/или модели взаимодействия между двумя группами (табл. 10).

Таблица 10

Модель «game model» и изучение межгруппового сотрудничества (Fearon, Laitin, 1996)

Номер 1. Стадия Дилемма заключенного Игра		
	кооперация	***дефект***
кооперация	1, 1	– *B, A*
дефект	*A – B*	0, 0
Notes: $a > 1$, $p > 0$, and $(a - p)/2 < 1$.		

В пределах одной группы рассматриваются возможные модели взаимодействия. Предположим, что группа, в которой число *n*-участники, это число *n* является четным, и больше трех, представлена в виде формулы А = {1, 2, 3, .. i, …, *n*}. Члены каждой группы будут беспорядочно объединены на разных этапах, чтобы играть «дилемма заключенного». Предположим, что им нужно будет договариваться между собой, но смогут ли они договориться или будут не в состоянии. Ситуация, в которой обе стороны смогли договориться, показана в таблице как достижение кооперации с обеих сторон, а ситуация, в которой не смогли договориться, как дефект (ошибка, обман, нарушение, конфликт и т.д.). Во-первых, *информация*, которую получают участники о том, что происходит в другой группе в результате взаимодействия, что происходит в результате каждого

взаимодействия в целом, и тогда, когда они сами непосредственно принимают участие в этом взаимодействии. Во-вторых, у социальных игр есть *устойчивые поведенческие профили*, стратегии поведения, которые повторяются как устойчивые образцы поведения.

По мнению авторов, следует обратить внимание на трех важных моментах: 1. Каждый человек ошибается, несмотря на прошлый опыт. 2. Люди готовы к сотрудничеству, но если возникает «неправильное» поведение с другой стороны, то они «переключают» свою стратегию поведения на противоположную сотрудничеству, устанавливая тем самым «равновесие». 3. Люди стремятся сотрудничать с любым человеком, который не находится в «зоне наказания» или «изгнания» группой (Fearon, Laitin, 1996, p. 719-720).

Таким образом, в переговорах также сохраняется и присутствует элемент игры – выиграть, а выбор той или иной стратегии во многом зависит от ожидаемых последствий переговоров для каждой из сторон, от понимания успеха переговоров их участниками. Возможны следующие поведенческие стратегии в переговорах.

Переговоры с ориентацией на модели «выигрыш – проигрыш». Когда конфликтующие стороны ориентированы на завершение конфликта посредством переговоров в рамках модели «*выигрыш - проигрыш»*, оценивая ситуацию как «игру с нулевой суммой» (т.е. как ситуацию, в которой интересы сторон полностью противоположны, и победа одной стороны означает поражение другой, – а в итоге сумма равна нулю). Переговоры с ориентацией на модель «выигрыш – проигрыш» проводятся на основе *позиционного торга* и предполагают стремление участников к достижению односторонних преимуществ с принуждением другой стороны действовать вопреки собственным интересам. Переговоры такого рода предполагают реализацию соответствующих стилей поведения сторон – соперничества и приспособления. *Соперничество* подразумевает ориентацию на подавление и неизбежно сопряжено с совершением действий, направленных против интересов оппонента: чтобы я выиграл, ты должен проиграть. Возможно также и приспособление, когда одна из сторон примиряется с поражением и ориентирована в лучшем случае на незначительное удовлетворение собственных интересов: чтобы ты выиграл, я должен проиграть. Стремление к завершению конфликта по сценарию «выигрыш – проигрыш» может привести к срыву переговоров и дальнейшей эскалации конфликта.

Переговоры с ориентацией на модель «проигрыш – проигрыш» и «выигрыш – выигрыш». Если же стороны стараются избежать «игры с нулевой суммой», то они должны отказаться от понимания интересов сторон как абсолютно противоположных. Ведь большинство конфликтов представляет собой «игры с ненулевой суммой», т.е. ситуации, когда обе стороны могут выиграть или обе проиграть. Переговоры с ориентацией на вариант «*проигрыш – проигрыш*» также связаны с использованием стратегии *позиционного торга* и приводят к тому, что ни одна из сторон не достигает в полной мере поставленных целей. В этом случае участники переговоров стремятся к решению проблемы на основе компромисса. *Компромисс* предполагает, что стороны идут на взаимные уступки: для того чтобы каждый что-то выиграл, каждый должен что-то потерять. Хотя компромисс требует встречных шагов обеих сторон, он все же является выражением их установки на конфронтацию, и совместные действия носят вынужденный характер. И потому достигнутое в ходе переговоров соглашение не является оптимальным. Итак, рассмотренные основания выбора стратегии переговоров и их соотношение могут быть представлены следующим образом (табл. 11).

Таблица 11

Стили поведения и стратегии переговоров

Результат переговоров	Стили поведения	Стратегии переговоров
«Выигрыш – проигрыш»	Соперничество Приспособление	Позиционный торг
«Проигрыш – проигрыш»	Компромисс	
«Выигрыш – выигрыш»	Сотрудничество	Переговоры на основе интересов

Каждая из обозначенных стратегий переговоров имеет свою специфику.

С. Кови расширил представление о стратегиях поведения, разработав шесть всевозможных поведенческих подходов, в зависимости от обстоятельств. По мнению С. Кови, «выиграл – выиграл» – это не техника, это общая философия взаимодействия между людьми. Этот ва-

риант взаимодействия является одной из шести возможных стратегий взаимодействия. Альтернативные варианты: «выиграл – проиграл», «проиграл – выиграл», «проиграл – проиграл», «выиграл» и «выиграл – выиграл» или не высказываться (табл. 12) (Кови, 2008, с. 216-217).

Таблица 12

Альтернативные варианты стратегий взаимодействия по С. Кови

Выиграл / Выиграл	Проиграл / Проиграл
Выиграл / Проиграл	Выиграл
Проиграл / Выиграл	Выиграл / Выиграл или Не связываться

1. **Выиграл / Выиграл** – это особый доброжелательный настрой духа и ума во время взаимодействия с людьми, направленный на постоянный поиск взаимной выгоды. Люди, которые обладают данным видом взаимодействия, склонны к сотрудничеству, а не к соперничеству. Философия данного типа взаимодействия – это вера в существование третьей альтернативы, понимание того, что успех одного человека не должен достигаться за счет другой стороны.

2. **«Выиграл / Проиграл»** – это подход, который соответствует авторитарному стилю руководства. Люди, которые обладают данным типом взаимодействия, склонны использовать собственные положения, власть, состояние или личные качества, чтобы добиться своего. По мнению С. Кови, «большая часть жизни является взаимозависимой, а не независимой реальностью. Достижение большинства результатов, к которым вы стремитесь, зависит от вашего сотрудничества с другими людьми. А менталитет стратегии «Выиграл/проиграл» подрывает это сотрудничество» (Кови, 2008, с. 219).

3. **«Проиграл / Выиграл»** – это подход, который соответствует попустительскому стилю. Люди, которые обладают данным типом, черпают силу своей популярности у других людей, т.к. им не достает смелости, чтобы выражать свои собственные чувства и желания, они легко попадают под влияние сильных личностей.

4. **«Проиграл / Проиграл»** – в этом подходе взаимодействуют две решительные, эгоистичные личности. В основе данного подхода желание заставить другого человека поиграть, даже ценой собственного проигрыша. Эта стратегия – философия конфликта и войны.

5. **«Выиграл»** – одна из распространенных стратегий, которая заключается в установке «выиграть» самому, а позиция другой стороны их не интересует. Люди, которые обладают данным типом, мыслят категориями собственных интересов, выгод.

6. **«Выиграл / Выиграл или Не связываться».** Когда стороны подходят к синергетическому решению, который удовлетворил бы обе стороны, они берут за основу принцип «Выиграл / Выиграл». Однако в том, случае, когда стороны не находят такое решение, которое удовлетворило обоих, возникает вариант «Не связываться». Когда присутствует установка «не связываться», то, по мнению С. Кови, «вы чувствуете себя независимым: ведь вам нет нужны манипулировать людьми, проталкивать свои идеи, настаивать на том, чтобы все было по-вашему. Вы можете быть открытым. Вы можете действительно стараться понять глубинные мотивы, лежащие в основе каждой из позиций» (Кови, 2008, с. 224).

Какая из описанных выше стратегий является наиболее эффективной? На этот ответ не существует однозначного ответа, т.к. все зависит от обстоятельств. И, прежде всего, от того, каким образом и способом будет подаваться собственная позиция на переговорах.

Глава 14

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ

Как показывает практика, подавляющее большинство организационных процессов определяется социальными отношениями людей, вступающих в рабочее взаимодействие, то есть является результатом их *общения* – межличностного, внутри- и межгруппового, а также организационного. При этом общение в организациях рассматривается преимущественно в прикладном аспекте – в направлении решения конкретных организационных задач, поставленных практикой.

Организацию *можно определить как объединение людей, направленное на достижение социально-экономических целей и удовлетворения интересов сотрудников посредством кооперативной трудовой деятельности и имеющее правовой статус, определяемый законами общества.* В социальной психологии установлено, что организация фирмы, промышленного предприятия, корпорации – это средняя, вторичная, долговременная группа, а закономерности формирования и развития групп во много определяются их численностью, содержанием деятельности, временем взаимодействия и структурно-функциональным единством. Без знания и осмысления психологических особенностей людей, работающих в самых различных организациях, групповых социальных явлений, их причин и своеобразия организационного поведения сотрудников невозможно развитие новых концептуальных подходов в поиске повышения *эффективности деятельности организаций,* а значит и решения центральной задачи их развития.

Краткая история организационной социальной психологии. Этот раздел социальной психологии был представлен во второй половине прошлого столетия под названиями «индустриальная социальная психология», «промышленная социальная психология» и отражал прикладные аспекты психологической работы в самых различных организациях: на промышленных предприятиях, в образовании, спорте, туризме, индустрии развлечений, армии и т.д. Но, уже в 1973 году, Американская психологическая ассоциация заменила название «индустриальная психология» на «индустриально/организационная психология», подчеркнув тем самым связь этого раздела прикладной

психологии с психологией управления и организационным поведением. Таким образом, в современной психологии более часто применятся названия «организационная психология» и «организационная социальная психология», что в б*о*льшей степени отражает широкий спектр исследований в этом направлении.

В зарубежной психологии были сформулированы главные концептуальные подходы и принципы, применяемые американскими, европейскими и японскими исследователями в области индустриально/организационной психологии. Это центральное и первое направление сформировавшейся социальной психологии (начало XX века). Теория У.Ф. Тейлора (1856-1915) – основа возникновения промышленной психологии и научного менеджмента. Таких исследователей как Х. Эмерсон (1853-1931), Э. Мейо (1880-1949), Д. Мак-Грегор (1906-1964), Ф. Херцберг (1921-2000) и др. считают представителями школы «человеческих отношений», а также разработчиками путей повышения мотивации труда и его стимулирования, основанных на идеях и теории А. Маслоу.

Развитие прикладной американской организационной психологии в области консалтинга и рекламы (У.Д. Скотт (1864-1955). Х. Мюнстерберг (1863-1920), Дж. Уотсон (1878-1958)), непосредственно связано с военными запросами и, преимущественно, бихевиоральным направлением психологических исследований, направленных на широкое внедрение психологических знаний в практическую деятельность.

Европейская организационная и промышленная психология (А. Файоль (1841-1925), М. Вебер (1864-1920)), также активно рассматривала взаимосвязь администрирования, бюрократии и эффективности деятельности организаций.

Отечественная (советская и российская промышленная и организационная психология) началась с бурного развития направления в начале 20 века в лоне психологии труда (А.К. Гастев (1882-1939), П.М. Керженцев (1881-1940), А.А. Богданов (1873-1928), И.Н. Шпильрейн (1891-1937), Н.А. Витке (1893/94? – ?) и др.) и ленинградской, казанской, харьковской школ. Организуется и функционирует Центральный институт труда – ЦИТ. Отсутствие социальных заказов на работы в области организационной психологии в 1930-50 годы существенно затруднило ее развитие. Возрождение организационной психологии в 60-годы связано с ленинградской, московской, ярославской психологическими школами прикладной пси-

хологии (А.Г. Здравомыслов, Б.Ф. Ломов, Е.С. Кузьмин, А.А. Крылов, Б.Д. Парыгин, А.Л. Свенцицкий, Э.С. Чугунова, В.А. Ядов и др.). Среди отечественных разработок этого направления особая дань отдается Ленинградской и Санкт-петербургской школе, возродившейся в ЛГУ (СПбГУ). Много внимания отечественные психологи уделяли изучению организации как целостного организма, ее структуры, функций, оценке эффективности её деятельности, динамике групп, групповым процессам и состояниям, возникающим в ходе совместной деятельности людей, механизмам функционирования и уровням развития группы. В настоящее время, изучаемое направление – одно из самых востребованных в области прикладной психологии.

Основные направления работы психолога в организации. В современных работах по организационной социальной психологии отражены следующие аспекты исследований в организациях:

– *непосредственно социально-психологическая проблематика, включающая в себя:* общение, коммуникации и взаимодействие в производственных коллективах, динамику развития коллективов, структуру организаций и их функции, анализ требований к должности сотрудников, групповые нормы и ценности, групповую мораль, организационную культуру, социально-психологический климат, отношение к труду, мотивацию и стимулирование труда, разработку систем вознаграждения и санкций, оценку их эффективности, сплоченность реальных групп и коллективов, первичную и вторичную адаптацию в коллективе, лояльность персонала, отношение к инновациям, инновационные барьеры, конфликты и моббинг в организациях, работу с персоналом (оценка, подбор, расстановка, сокращение, аттестация), карьеру и ее планирование, репутацию организаций и др.;

– *наиболее востребованные в настоящий момент* направления организационных исследований: организационное консультирование, методы оценки и обучения персонала (ассесмент-центр, тренинги, групповые дискуссии, организационно-деятельностные игры, фокус-группы и другие активные методы обучения), кросскультурные исследования организационных процессов, коучинг, организационный стресс, специфические проблемы руководителей и работников организаций, анализ виртуальных организаций и интернет-коммуникаций (цифровое поведение), психологические особенности работы на «удаленном доступе», социальный капитал организации, организационное доверие и справедливость;

– *смежные социально-психологические аспекты экономических, технологических и социальных проблем организации:* организационные структуры, повышение производительности труда и качества продукции, улучшение условий труда и организация рабочих мест, средства поддержания дисциплины, снижение текучести кадров, уменьшение негативного воздействия монотонного труда, снижение аварийности и травматизма, разработка методов психологической разгрузки, должностные инструкции и профессиограммы, эффективность рекламы, маркетинговая политика и другие проблемы, связанные с психологией труда, менеджментом, социологией.

Выделяются следующие **функции психолога по отношению к организации:**

Исследовательская. Главным является изучение человека и рабочей группы как субъектов труда. Исследуется, как правило, не теоретическая проблема, а конкретная ситуация. В организационном исследовании обязательно соблюдение всех правил, предъявляемых к научно-практической работе (формулирование гипотез, выбор методик и методов, фиксация и обработка всех материалов, их анализ, отчет).

Консультационная функция. Это может быть как организационное, так и персональное личностное консультирование (коучинг). Очевидное преимущество консультанта – возможность независимого, самостоятельного и профессионального видения организационной ситуации. Независимость может быть финансовой, административной и эмоционально-личностной. Консультанты бывают универсалами и специалистами по отдельным проблемам (например, оценка персонала, инновации, управление и т.д.).

Исследовательская и консультативная функции включают в себя экспертную деятельность. *Эксперт* – это специалист в какой-либо области, в определенной сфере, дающий профессиональное заключение при рассмотрении какого-либо вопроса, в нашем случае – при рассмотрении организационных ситуаций. Большое значение при принятии экспертного решения имеет авторитетность эксперта, которая определяется «кредитностью» в той области знания, которую он представляет (а именно область организационной психологии), «кредитностью» эксперта (организация, которую он представляет, степень, звание, должность, профессиональный опыт и др.), личным отношением доверия-недоверия между заказчиком и экспертом и др. Ответственность эксперта за экспертное заключение является и пол-

ной и ограниченной – эксперт полностью отвечает за обоснованность и соответствие своего заключения современному уровню психологических знаний, но, однако, не несет ответственности за конкретные решения заказчика, принятые на основании экспертного заключения. Основные причины обращения к экспертам: ориентировка в целесообразности консультирования, необходимость перемен, поддержка программ инноваций, решение собственных управленческих и личных проблем и др.

Педагогическая и просветительская функция. Эта функция связана с большим интересом к психологии для большинства людей, желанием приобрести психологические знания и помочь самому себе.

Организация с точки зрения социальной психологии. Организация чаще всего рассматривается как *малая* или как *средняя группа. Малая* группа в организации – это группа от 2 до 25-40 человек, находящихся в личном контакте и реальном поведенческом членстве, обладающая наличием развитой внутренней неформальной структуры, обуславливающей непосредственные трудовые связи (например, бригада рабочих, группа студентов, сотрудники кафедры). Численность же *средней* группы – от сотни до нескольких тысяч человек. В ней существует знакомство на уровне статуса, функциональное членство, юридически оформленная структура (отсутствие развитой неформальной структуры), трудовые связи, опосредованные официальной структурой организации, средства массовой коммуникации. Например, это организация всех работников предприятия, вуза, фирмы. Эта группа может быть и кратковременной и долговременной. Она может быть *первичной* (неразложимой далее на составные части – бригада, отдел, лаборатория, кафедра и др.) и *вторичной* (совокупность первичных групп).

Таким образом, организация это, как правило, средняя, вторичная и долговременная группа. *Условия образования малых групп* в организациях следующие: общая территория, непосредственный контакт – официальный и неофициальный (за исключением виртуальных групп, где главным становится опосредованное общение), время взаимодействия, численность (минимум 2 человека, максимально – 25-40 чел.). Оптимальными размерами существования групп по численности считаются: 7±2, 14±2, 21±2. Показано, что сложность управления группой увеличивается пропорционально количеству ее членов.

Выделяются следующие *стадии развития рабочей группы*:

1) формирование новой группы (индивиды ищут свои роли, все должны участвовать в работе, которую они могут выполнять);

2) приобретение навыков, необходимых для выполнения профессиональных ролей;

3) упрочение групповой работы (участники начинают действовать как группа);

4) снижение стремления к сотрудничеству («критики» находят друг друга);

5) «согласие любой ценой» (внешние проявления гармонии, ослабевает приток новых членов);

6) критическая стадия дробления (разрушение притворного равновесия, «нормальный» кризис, обращение к контактам с внешним миром). На этой стадии группе может помочь внешний консультант;

7) «идеальная» группа в случае, если кризис преодолевается. Роли и нормы расплывчаты. К такой группе легко присоединяться. Деятельность опирается на личные вклады и собственные ресурсы, а также внешнюю помощь. Повышается личная и групповая ответственность. Группа достигает высшей ступени развития и готова к решению разнообразных трудовых и межличностных задач.

Малые группы и процессы, происходящие в них, являются контекстом развития любой организации, формируют содержание, динамику и интенсивность их жизненных циклов.

Система взаимоотношений в организации

1. *Система взаимоотношений по вертикали.* Характеризуется влиянием социальной дистанции, интенсивностью общения, особенностями и стилем руководства, установкой руководителя на подчиненных.

2. *Система взаимоотношений по горизонтали.* Характеризуется значительно меньшим влиянием социальной дистанции, личными избирательными отношениями (симпатия-антипатия), личными фоновыми отношениями (социально-психологический климат), деловыми отношениями (соревновательность и сотрудничество), групповой моралью (неофициальные групповые нормы поведения, связанные с положительными и отрицательными санкциями).

Важной составляющей развития групп и системы отношений в организации является формирование групповой морали. Отражением этого процесса является сложившаяся организационная культура.

Организационная культура – это неформальный общий способ восприятия жизни в организации, который влияет на то, что сотрудники организации думают о самих себе и своей работе. Организационную культуру можно рассматривать как набор допущений, убеждений, ценностей и норм, которые разделяются большинством членов организации. Это описательный термин и он не несет в себе оценочности (как, например, удовлетворенность работой или социально-психологический климат). В рамках одной организации может существовать *доминантная культура* (отражает общие, ключевые ценности большинства членов организации) и ряд *субкультур* (отражает специфические проблемы и ситуации, например, региональные, особенности департамента и т.д.). Цель организационной культуры – вызвать такое поведение сотрудников, которое способствует достижению целей организации («программирование» поведения сотрудников). Исторически большинство организационных культур носили неявный характер, сейчас же явный характер организационных культур связан с активным менеджментом. Дисфункцией сложившейся организационной культуры можно считать сопротивление переменам ее сотрудников, а также конфликт между доминантной культурой и субкультурами. Формирование организационной культуры практически полностью лежит в контексте культурных норм той страны, где функционирует организация.

Социально-психологический климат, в отличие от организационной культуры, несет в себе не только описательные, но и оценочные характеристики состояния групп и коллективов, что дает возможность более точной диагностики отношений в группе. *Социально-психологический климат* – относительно устойчивое, качественно определенное состояние социально-психологической сферы жизнедеятельности коллектива, характеризующееся отношениями к наиболее значимым моментам социальной деятельности. Таким образом, система его оценки может строиться на значимых показателях, отражающих основные индикаторы группового состояния. Он может быть рассмотрен также как система установок (отношений) членов коллектива к группе в целом, имеющая когнитивный, эмоциональный и поведенческий компонент. СПК влияет на результаты деятельности, на установку по отношению к работе, на текучесть кадров, здоровье работников, на отношения в семье, остроту конфликтов в коллективе и др. Формирование организационной культуры и климата напрямую связано со сложившимися коммуникациями в организации.

Выделяются следующие основные **виды коммуникаций** в организации:

Между организацией и средой (реклама, связь с агентами, изучение рынка, создание «имиджа» и репутации, отчеты перед государством, связь с лоббистами, работа по найму и др.).

Межуровневые коммуникации (вертикальные) – *восходящие* (кружки качества, жалобы) и *нисходящие.* Чаще всего фиксируются нисходящие коммуникации – от руководителя к подчиненному.

Горизонтальные (одноуровневые коммуникации). Это обмен информацией между подразделениями для координации действий. Это совещания, обмен опытом, соревнование.

Неформальные коммуникации (межличностные отношения, фоновые отношения, слухи). *Слухи* – информация, передаваемая при помощи неформальных каналов, касающаяся непосредственной деятельности сотрудников и подразделений, чаще бывает точной, а не искаженной.

Репутация организации – это особенности общественного мнения, а также представлений и социальной оценки деятельности организации и ассоциированных с ней сотрудников во внутренней и внешней среде, представляющих в общем виде ее нематериальный ресурс и социальный капитал. Репутация организации относится к нематериальным ресурсам организации, тесно связанными с ее, главным образом, внешними и внутренними коммуникациями. Иначе говоря, репутация – это именно тот нематериальный ресурс, благодаря которому формируется социальный капитал организации, который как совокупность психологических отношений людей, может конвертироваться в другие формы капитала, приносящие реальный доход. Организации, обладающие хорошей репутацией, характеризуются более низкими экономическими затратами, а также с б***о***льшей легкостью чем конкуренты имеют возможность получить поддержку со стороны государства, правительства, спонсоров и других заинтересованных сторон, включаясь, таким образом, в широкое социальное взаимодействие и рыночные отношения. В современных исследованиях отмечается серьезный социальный и экономический эффект, достигающийся с помощью стабильной деловой репутации организации. Репутация, являясь неотъемлемой частью социальной жизни, преобразуется в двустороннюю коммуникацию и выстраивание перспективных долгосрочных и предсказуемых взаимоотношений организации и ее партнеров. Понятием «репутация» можно ха-

рактеризовать как внутреннюю, так и внешнюю организационную среду и сложившиеся в ней *отношения доверия, общие ценности и нормы взаимного сотрудничества* между работниками, партнерами и клиентами, а также *социальные сети и связи*.

Инновации в организациях. Хорошая репутация, как правило, связана с инновационной политикой организации. Это процесс внедрения нового в различные сферы организационной, общественной деятельности и промышленности. Причины организационных инноваций: заказ, задание, снижение качества и эффективности труда, стремление к совершенствованию, новые обстоятельства деятельности, эксплуатации оборудования. Инновация это изменение одного или нескольких элементов социотехнической системы организации, направленное на повышение эффективности ее деятельности и воспринимаемое субъектом её усвоения (работником организации, членом трудового коллектива, предприятием в целом) в качестве значимого и нового.

Нововведения могут быть *радикальными и модифицирующими, продуктными, технологическими и социальными. Они могут быть предметно-целевыми, технико-технологическими, организационно-управленческими, социально-экономическими.* Два последних типа вызывают наибольшее количество негативных психологических переживаний и последствий, которые выступают в качестве *психологического барьера по отношению к нововведениям.*

Можно выделить следующие *этапы процесса нововведений:* инициация нововведения, принятие решения о его необходимости, разработка нововведения, подготовка объекта к нововведению, внедрение нововведения, его промышленная эксплуатация. На каждом этапе инновационного процесса существуют различные социально-психологические явления, стимулирующие или тормозящие инновации.

Оценка персонала. Это наиболее востребованная область работы организационных психологов. В целях оценки сотрудника любой специальности и любого должностного статуса, прежде всего, должна быть создана *модель поведенческих компетенций* специалиста, либо определен список *профессионально-важных качеств или же перечень выполняемых должностных и профессиональных функций.*

Основной *алгоритм оценки персонала* состоит из следующих шагов: цель оценки (зачем оцениваем?), объект оценки (кого оцениваем?), методы оценки (каким образом оцениваем?), субъект оценки (кто оценивает?), время, место, порядок проведения оценки (где и

каким образом оцениваем?), результат оценки (что является конечной целью оценки?).

Основные *методы оценки персонала:* анкетирование, тестирование, экспертные оценки, шкалирование, рейтинги, классификация, сравнение по парам, автоматизированная оценка знаний, собеседование в экспертной комиссии, кейс-метод, метод инцидентов, баскет-метод, диагностические игры, ассесмент-центры. Наиважнейшее значение в оценке персонала играет выбор модели оценки, а также подбор высококвалифицированных экспертов-оценщиков.

Карьера – это успешное продвижение в области общественной, служебной, научной и прочей деятельности, род занятий, профессия. Критерии удавшейся карьеры – удовлетворенность жизненной ситуацией *(субъективный критерий)* и социальный успех *(объективный критерий).* Среди вопросов, связанных с индивидуальной карьерой, в отечественной психологии традиционно рассматриваются феномены профессионального пути, карьерных ценностей, самоопределения молодежи и карьерных ориентаций студентов, развития управленческого потенциала, планирования карьеры, профессионального роста персонала организации, личностных и организационных потерь и затрат, диагностики и консультирования в этой области. Особое место занимают вопросы планирования карьеры, исследования образа будущего карьерного пути, способствующие совершенствованию планирования саморазвития молодых специалистов и профессиональному росту персонала организации. Изучаются личностные и организационные потери, а также затраты в области развития сотрудников организаций, проводится психологическая диагностика, консультирование и целенаправленный коучинг в области карьеры и др. Новый, наиболее современный аспект изучения карьеры – рассмотрение ее особенностей в рамках теории накопления социального капитала личности и организации.

Конфликты в организациях. Это столкновение противоположно направленных тенденций, мотивов, интересов, поведения сотрудников, связанное с острым эмоциональным переживанием. Чаще всего на первый план выступают несовместимость целей и яркая эмоциональная окрашенность происходящего. Иначе говоря, существует объективная и субъективная стороны конфликта.

Существует большое количество классификаций конфликтов по различным основаниям. Конфликты могут быть *закономерными и неизбежными* (например, заработная плата), *необходимыми* (напри-

мер, оппозиция), *вынужденными, функционально неоправданными* (эмоциональными). Они могут быть *горизонтальными, вертикальными и смешанными.* Последние в организациях составляют около 80 %. Конфликты могут быть *позитивными (конструктивные) и негативными (деструктивные), подлинными* (существуют объективно и воспринимаются адекватно), *случайными, смещенными* (за явным конфликтом скрывается другой – скрытый, лежащий в основе явного), *неверно приписанными* (по поводу неверно истолкованных проблем), *латентными* (отсроченными, часто просто не осознаваемыми на данном этапе отношений сторонами). Выделяются также *конфликты отношений,* основывающиеся на различиях ценностей и *ролевые* конфликты – их основа частая смена профессиональных и статусных ролей, новые назначения. В организациях возможно возникновение конфликтов *распределения ресурсов* (например, заработной платы, власти, полномочий, символов статуса). Можно также говорить о *«горячих» и «холодных»* конфликтах. Конфликты в организациях наиболее часто классифицируются *как межгрупповые, внутригрупповые, межличностные и внутриличностные.*

Следствием неразрешенных конфликтов является **моббинг.** Моббинг – это динамичный групповой процесс, ускоряющийся в результате эскалации поведенческих и эмоциональных реакций его участников в процессе обратной связи, представляющий собой деструктивный круговорот отношений и эмоций. Он представляет собой постоянно повторяющиеся негативные действия относительно конкретных людей или групп людей на протяжении длительного (не менее 6 месяцев) времени. Это агрессивное, жестокое поведение, которое определяется как «психологический террор» на рабочем месте.

Моббинг представляет собой эскалацию уже имеющегося конфликта в виде динамических атак и самозащиты и обязательно связывается с его персонификацией. Объектом моббинга могут быть как отдельные личности, так и группы людей, а фасилитаторами процесса становятся его «соучастники» и «свидетели», столь же важные в понимании моббинг-процесса как феномена группового давления, как и видимые стороны конфликтной ситуации.

Организационное доверие. Доверие в межличностном плане – положительное отношение к другим людям, наделенным определенными качествами и проявляющееся в чувстве уверенности в них и возможности положиться на них в сложной ситуации. Создание доверительных отношений между участниками трудовых взаимоотно-

шений не менее важно, чем другие межличностные организационные процессы, так как обнаруживается взаимосвязь *доверия* с показателями удовлетворенности трудом, социальной поддержкой, доступностью информации, позитивным психологическим климатом в организации и др., и, в итоге, эффективностью деятельности отдельных людей, трудовых групп и целой организации. Показателями эффективности организации, связанными с этим психологическим феноменом, можно также считать: снижение внутренних издержек, снижение расходов на контроль за деятельностью сотрудников, снижение текучести персонала и издержек по его замещению, своевременность реагирования на изменение внешних и внутренних условий, сокращение времени на обсуждение проблем и принятие решений, оптимальное распределение и движение ресурсов, повышение конкурентоспособности, повышение скорости и качества координированных действий в стратегических инициативах и др. Доверие является базовой характеристикой, формирующей **социальный капитал организации.** Если отношения сотрудников организации строятся на основе доверия, взаимопомощи, соблюдения норм, традиций и ценностей, то формируется социальный капитал организации. Основными содержательными компонентами социального капитала организации являются: доверие, нормы взаимодействия, приверженность организации и репутация организации, а сам социальный капитал является интегративной характеристикой организационного развития. В основе доверия лежит психология и этика организационных отношений – компонент организационной культуры. Низкий уровень доверия в организации способствует интригам, тайным планам, межличностным конфликтам. Доверие основано на уверенности в честности и ответственности людей. Противоположность доверия – это подозрительность, безответственность и неуверенность. Практически все учёные, занимающиеся проблемами социального капитала организаций, считают доверие его основным, ключевым компонентом.

Глава 15

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА*

Понятие о социальном капитале

В последние годы термин «социальный капитал» встречается все чаще в работах представителей ряда социальных наук. Главная мысль этого понятия состоит в том, что социальные связи выступают в качестве своеобразного богатства. Устанавливая связи друг с другом и поддерживая их в течение определенного времени, люди могут успешно работать. Именно на основе такого взаимодействия возможно достижение целей, стоящих как перед различными группами, так и отдельными индивидами.

Связи между людьми при наличии общих ценностей представляют собой основу социальной сплоченности, поскольку дают им возможность сотрудничества, причем не только в случаях обоюдного знакомства. При этом можно говорить о формировании целых взаимосвязей, представляющих собой своеобразный ресурс для входящих туда людей, так называемый социальный капитал (Почебут и др., 2014).

Первоначально идея описания социальных сетей в форме социального капитала была просто метафорой, получившей свое распространение в работах социологов в начале XX века. Само по себе понятие капитала в работах экономистов первоначально означало некоторую сумму денег, которая могла быть инвестирована в надежде на будущую прибыль. При этом, по данным американского политолога Д. Фарра, ряд исследователей XIX века уже использовали термин «социальный капитал», полемизируя с положениями классической политической экономии (Farr, 2004). Однако впервые в современном понимании этот термин встречается в работе Л.Д. Ханифана, которая была опубликована в 1916 г. и посвящена анализу различных общин в сельских округах. Будучи администратором в области образования, он ин-

* Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ №17-06-00777-ОГН «Нетворкинг-стратегии личности в формировании социального капитала социальной сети».

тересовался добровольным сотрудничеством, товариществом, взаимной симпатией и социальным взаимодействием в сельских районах.

Однако, несмотря на предыдущее использование термина «социальный капитал», его современное понимание основано на работах, появившихся на Западе в 1980–1990 гг. Прежде всего это относится к трудам таких социологов как француз П. Бурдье и американцы Д. Коулман и Р. Патнам. Высказанные ими положения нередко служат источниками современных исследований. На сегодняшний день общепринятый подход к пониманию социального капитала исходит из того, что он рассматривается как совокупность реальных или потенциальных ресурсов индивида или группы, благодаря обладанию надежной сетью взаимосвязей обоюдного знакомства и признания.

Для того, чтобы социальный капитал сохранял свою ценность, индивиды должны всячески поддерживать его посредством так называемого альтруистического «инвестирования», что позволяет трансформировать даже случайные взаимоотношения между соседями или сослуживцами в более устойчивые связи, которые могут быть использованы в будущем. Например, обмен подарками между людьми, выгоды которого, возможно, обнаружатся в будущем тем или иным образом. Таким образом, социальный капитал подразумевает ожидание взаимности и включенность индивида в более широкие сети, взаимосвязи в которых основаны на высоком уровне доверия и общих ценностей.

В целом социальный капитал рассматривается как общественное благо, которое может приносить пользу не только тем индивидам, которые стараются приумножить его в своих личных целях, но и всем людям, входящим в состав соответствующей структуры взаимосвязей. На этом основании приобретает особую ценность кооперация между людьми, хотя каждый индивид озабочен прежде всего достижением собственных целей. Фундаментом совмещения индивидуальных и общественных целей является взаимное доверие в стабильных социальных сетях.

К настоящему времени имеется немало работ, рассматривающих проблемы социального капитала в различных общественных системах и человеческих общностях (социальных слоях, классах, категориях, группах – формальных и неформальных). Однако мы считаем, что можно говорить и о социальном капитале отдельной личности. Мерилом такого капитала является совокупность позитивных взаимосвязей личности с другими людьми. Если у того или иного чело-

века есть много близких людей – родственников, друзей, товарищей, приятелей, знакомых, если они доброжелательно настроены по отношению к нему, то вполне можно сказать, что этот человек обладает своеобразным богатством – социальным капиталом. Не зря издавна говорится в русском народе: «Не храни сто рублей, а храни сто друзей». Можно с полным основанием сказать, что чем больше у человека знакомых людей, к которым он может обратиться за поддержкой, помощью, советом, тем обширнее его социальный капитал, тем по-своему богаче этот человек.

Сугубо научным образом мы определяем социальный капитал как социальное богатство личности, которое выражается в совокупности ее позитивных межличностных связей, что предоставляет этой личности доступ к различным ресурсам партнеров, а с другой стороны, дает партнерам возможность пользоваться ее ресурсами.

Структура социального капитала

Важнейшими компонентами социального капитала, которые обеспечивают сохранение его основных свойств, независимо от различных внешних и (или) внутренних изменений, являются социальные сети, социальные нормы и доверие.

Под социальной сетью имеется в виду совокупность людей, связанных друг с другом посредством каких-либо контактов. Нередко социальные сети выходят за пределы какой-либо одной формальной организации, даже сравнительно большой по числу занятых в ней работников, включая в себя людей с общими интересами, которые никогда не встречались друг с другом кроме контактов по телефону или электронной почте. Каждый человек обладает рядом своих собственных социальных сетей. Нередко его сети частично перекрывают друг друга. Так, отдельные члены этих сетей знакомы с участниками других сетей. Порой эти сети включают в себя тех, кто знаком друг с другом годами, а порой – и тех, которые лишь недавно встретились. Они могут быть людьми, которые встречаются регулярно, или, наоборот, сравнительно редко. Интенсивность этих взаимоотношений также может варьироваться. Некоторые люди имеют более хорошие отношения со своими коллегами по работе, чем даже с некоторыми членами семьи. Частота контактов порой не связана с уровнем взаимоотношений. Возможны не очень частые контакты с близкими друзьями и сравнительно частые контакты просто со знакомыми. Мы нередко предпочитаем развивать дружеские отношения с определен-

ными людьми и всячески поддерживать их независимо от того, насколько часты наши контакты с ними. Фактически частота контактов не определяет характер или уровень взаимоотношений людей. Не имеет значения является ли данный человек в вашей социальной сети другом или только знакомым, а прочность этих взаимоотношений не зависит от того, насколько частыми являются ваши контакты с ним. Конечно, независимо от того, к какой категории они относятся, скорее всего ваши друзья будут помогать вам по работе охотнее, чем просто знакомые.

Обращение к изучению неформальных социальных сетей, направленных на удовлетворение тех или иных потребностей личности, является одним из значимых направлений западных социальных наук в течение нескольких последних десятилетий. Использование таких связей обычно называют нетворкингом. Это явление определяется как «искусство создания, развития и поддерживания возможностей встречаться с новыми людьми, чтобы обмениваться информацией и помогать друг другу» (Huczynski, Buchanan, 1991, p. 180).

Нетворкинг основан на личных действиях одного человека по отношению к другому, и взаимосвязь между ними может быть тем единственным, что является общим для их собственных индивидуальных сетей. Для тех, кто работает не по найму или внештатно это не является новым. Однако для большинства людей концепция нетворкинга и соответствующая деятельность – это то, что они должны понять и принять, так как продолжительность и эффективность их работы в любой официальной организации может быть основана именно на нетворкинге.

Рост степени возможных взаимодействий в социальных сетях является огромным. Для каждого человека, который прибавляется к данной сети, ряд потенциальных взаимодействий в ней, увеличивается в квадрате от числа всех его членов. Например, если в какой-либо сети имеется десять человек, то число возможных взаимодействий составляет сто. Если же сеть увеличится до одиннадцати человек, то количество возможных взаимодействий увеличится до 121, и т.д. Жизнедеятельность разнообразных сетей обычно приводит к тому, что одной из задач каждого члена является включение в свои сети новых людей, которые могут представлять в данном случае наибольшую ценность. И наоборот, взаимоотношения, не приносящие какой-либо ценности, будут прекращаться или просто игнорироваться.

Люди, понимающие возможности социальных сетей, будут стараться увеличивать величину и ценность своих сетей, вступая также в другие сети. Наиболее активные станут прилагать усилия, чтобы оказаться в центре внимания и интереса для других сетей. Поступая таким образом, они будут приобретать б***о***льшую значимость, чем те, кто удовлетворен своей активностью в пределах данной сети.

Устремленность человека к формированию новых социальных сетей, исходя из совместных интересов (вне пределов собственной официальной организации), способствует накоплению социального капитала личности как члена разнообразных социальных сетей. Это членство предоставляет личности доступ к определенным ресурсам партнеров и, с другой стороны, дает им возможность пользоваться ее ресурсами. Социальные сети порой сравнивают с пчелиными сотами, исходя из их форм. Однако функции этих сетей до известной степени подобны Интернету, в рамках которого люди выходят за пределы своих официальных групп и организаций, или даже государственных границ, не подвергаясь при этом постоянному контролю со стороны какой-либо центральной власти.

Широкий круг исследований социальных сетей характеризуется многообразием используемых методов и процедур. Обычно отмечаются следующие: 1) идентификация и установление сетей; 2) оценка организационной иерархии по сравнению с данными сетевого анализа; 3) определение различных элементов сети; 4) анализ индивидуального и группового коммуникационного поведения (Goldhaber, Barnett, 1995).

Выделяют следующие параметры социальной сети: ее величина (называемая также «сфера»), прочность взаимосвязей и плотность (называемая также «крепость») (Jones, Volpe, 2011).

Величина сети – это количество людей, которые взаимодействуют друг с другом и связаны активными коммуникациями, показывающими, что индивид находится в «гуще дел». Исследования показывают, что центральное положение индивида в сети (или близкое к центру) связано с его возрастающей идентификацией с теми, кто находится неподалеку от него в этой сети. Конечно, чем больше величина сети, тем разнообразнее установки ее членов и их поведение. Оптимальные взаимосвязи между членами какой-либо сети возникают именно тогда, когда каждый из них обеспечивает необходимой информацией другого, не ожидая получения чего-либо взамен. Подобная ситуация получила название «социального инвестирования», т.е. бескорыстного информирования, способствующего упрочению взаимоотношений.

Прочность взаимоотношений между членами сети определяется частотой взаимодействия, его продолжительностью и их психологической близостью, которая определяется эмоциональной интенсивностью межличностных связей в данной сети. Чем прочнее указанные взаимоотношения, тем в большей степени индивиды идентифицируют себя с этой сетью.

Плотность сети понимается как степень, в какой ее члены знакомы друг с другом и включены во взаимодействие. Плотность (или крепость) сети облегчает коммуникации между ее членами, способствует формированию взаимного доверия и социальной поддержки. Установлено также, что плотность сети позитивно связана с соответствующей идентификацией ее членов.

Социальные нормы, являясь значимым компонентом социального капитала, обычно определяются как общепринятые стандарты или правила, регулирующие поведение в какой-либо общности. Здесь имеется в виду любая совокупность людей (включая социальную сеть), имеющих те или иные общие социальные характеристики. Любая социальная норма приобретается индивидом посредством механизма интернализации на основе соответствующих внутригрупповых контактов. Именно вследствие этого та или иная норма становится компонентом личных ценностей индивида.

Следует отметить, что нормы любой социальной сети (особенно на первых порах) по-разному воспринимаются и оцениваются индивидом. Для описания такого явления в психологической литературе используется понятие «субъективная норма», что понимается как «индивидуальные ощущения социального давления для выполнения или невыполнения какого-либо действия» (Breckler, e.a., 2006, p. 228). Такая норма основана на убеждениях индивида в том, что другие люди (в этом случае члены данной социальной сети) хотят от него выполнения определенных действий в соответствии с его мотивацией поступать именно так, как желают другие (опять-таки члены данной социальной сети). Итак, субъективные нормы являются продуктом двух факторов: воспринятых индивидом ожиданий со стороны значимых других и его собственной мотивацией соответствовать этим ожиданиям.

Действия каждого из членов той или иной социальной сети обусловлены их индивидуальными установками и субъективными нормами. Позитивные установки и соответствующие субъективные нормы укрепляют намерения индивида следовать нормам его социальной сети.

К наиболее важным социальным нормам любой сети относятся нормы взаимности, социальной ответственности, социальной справедливости и подчинения авторитету.

Особенно часто подчеркивается роль нормы взаимности, которая является совершенно необходимой для функционирования каждой социальной сети. Очевидно, что эта норма формирует основу любого кооперативного поведения. В соответствии с этой неписаной нормой мы должны сделать «ответный жест» в качестве благодарности человеку, который помог нам в чем-либо.

Ряд исследований свидетельствует о том, что люди более склонны оказывать помощь тем, от кого они всегда ее получали (Taylor, Peplau, Sears, 1994). Соблюдение нормы взаимности увеличивает наши шансы на получение какой-либо помощи в будущем и может быть использовано для того, чтобы оказывать влияние на других. Эта норма также объясняет дискомфорт, обычно испытываемый людьми, которые получают помощь, но не могут дать ничего взамен.

Доверие. Любая социальная сеть, функционирующая в соответствии с определенными нормами, строится на основе межличностного и группового доверия. Именно доверие считается ключевым компонентом социального капитала, его «основным источником» (Fukuyma, 1995, p. 26). Доверие можно определить как выраженное в действии, предпринятом в отношении партнера, ожидание, что его реакции окажутся для нас выгодными…» (Штомпка, 2008, с. 342). Не случайно Н. Луманн сравнивает доверие с необходимым смазочным материалом, который делает возможным кооперацию и способствует поддержанию социального порядка на микроуровне (Luhmann, 1979). Очевидно, что социальная сеть, характеризуемая высоким уровнем доверия, будет функционировать более легко и успешно, чем в случае низкого уровня взаимного доверия.

Роль доверия особенно велика в тех случаях взаимодействия, когда есть тот или иной риск. Конечно, это контрастирует ситуациям, в которых близкое знакомство является основой для взаимодействия. В таких случаях риск обычно невелик и нормы взаимности часто определяют поведение. При этом ставить вопрос о доверии не имеет смысла. Известно, однако, что в условиях очень неопределенной и полной риска окружающей обстановки деловые контакты между членами социальной сети скреплены не только отношениями взаимного доверия, но также надежной институциональной (т.е. офици-

альной) поддержкой, когда есть законные гарантии обеспечения той или иной договоренности.

Порой в работах, посвященных проблематике доверия, упускается такое значимое обстоятельство как роль власти. Иначе говоря, рассматриваются лишь ситуации доверительных отношений между людьми, сравнительно равными друг другу по социальному статусу. В связи со сказанным отмечается, что горизонтальные отношения могут включать в себя доверие и кооперацию, в то время как вертикальные отношения неизбежно подразумевают власть и уступчивость. А это препятствует формированию доверительных отношений и сотрудничеству.

Говоря о роли доверия при взаимодействии в социальной сети, отметим в качестве отдельной и важной проблемы уровень компетентности ее членов. Считаем ли мы, что те, кому доверяем, являются в то же самое время достаточно компетентными для выполнения обязанностей, в соответствии с которыми мы полагаемся на них? Или, наоборот, считаем ли мы, что если какой-либо член нашей сети демонстрирует нам свою высокую компетентность, то ему можно доверять в рамках его сетевой роли? Что здесь первично? На эти вопросы пока не имеется убедительного ответа.

Следует отметить, что доверие не только основывается на межличностных отношениях между двумя или
людей. Оно может быть атрибутом групп и социальных институтов.

В литературе по проблемам доверия различаются «частное» доверие, ограниченное личными наблюдениями индивида, его опытом, и «генерализованное» доверие, распространяемое на индивидов и социальные институты, которые похожи на тех, с которыми индивид уже имел дело. Наряду со сказанным, следует учитывать тот или иной уровень доверчивости как индивидуального свойства личности.

Нередко считается, что решающим фактором, в вопросе оказания (или неоказания) доверия какому-либо партнеру или адресату, является именно индивидуальная склонность к доверчивости или недоверчивости. При этом исследования показывают, что люди с большей готовностью оказывают доверие тем, кто похож на них по тем или иным признакам. Например, это может относиться к представителям своей этнической группы. К тому же, по исследовательским данным, люди чаще и с большей уверенностью могут предсказать поведение другого, похожего на них, нежели тех, кто заметно от них отличается (Field, 2008). В социологической литературе говорится о

такой постоянной индивидуальной особенности как «импульс доверия», или исходное доверие. Отмечается, что эта черта личности не является врожденной, а формируется вследствие благоприятной семейной атмосферы, а также позитивных контактов с другими людьми (Штомпка, 2008).

Большое значение придается порой так называемому «радиусу доверия», который определяется как величина того круга людей, в пределах которого индивид готов оказывать им доверие (Cooper, Sawaf, 1997).

Радиус доверия охватывает сферы личной жизни и деловых отношений. Так, можно предложить нашему читателю взять лист бумаги, нарисовать круг и вписать в него имена людей, которым он полностью доверяет. Затем следует отметить каким-либо знаком тех людей, которые проживают или работают вместе с ним. А дальше предлагается задуматься над тем, какая часть людей, полностью заслуживающих доверия нашего читателя, находится вне этого круга, будучи в других местах и организациях. Как считает Ф. Фукуяма, чем дальше «радиус доверия» какого-либо индивида выходит за пределы группового членства, тем благотворнее и позитивнее для него внешняя среда; чем в большей степени «радиус доверия» ограничен членами собственных групп, тем больше для индивида вероятность негативной внешней среды (Fukuyama, 2001).

Исследования социального капитала должны принимать во внимание все указанные выше параметры доверия. При этом однако считается, что именно социальные сети, а не нормы или доверие являются «источниками» социального капитала, который человек использует для различных целей – деловых или личных (Cook, 2005). Нормы формируют социальный контроль и предписания для приемлемого поведения, являясь эффективными регуляторами в сравнительно тесных общностях, однако они менее эффективны в сетях. Доверие побуждает людей идти на риск взаимодействия с другими и поэтому вступать в различные социальные отношения, которые могут обеспечивать их социальным капиталом.

Следует также подчеркнуть роль репутационных механизмов в сети, когда взаимодействие строится на основе того или иного обмена (информацией, услугами, протекцией и т.п.). Можно привести пример обмена, происходящего в Интернете между незнакомыми людьми или коллегами по корпорации, часто происходящего без первоначального знания о том, заслуживает ли данный партнер дове-

рия. В отношениях, возникающих между людьми посредством Интернета, особенно включающих в себя торговые сделки или обмен какими-либо ценностями, знания партнеров о репутации друг друга исключительно важны для установления надежных и доверительных контактов.

Ранее уже отмечалось, что исследователи, занимающиеся проблематикой социального капитала, вполне правомерно рассматривают его как своеобразное социальное богатство какой-либо общности, группы или отдельной личности. При этом сравнительно часто внимание исследователей акцентируется исключительно на позитивных сторонах данного богатства. Однако любое богатство может использоваться не только в позитивных, но и в негативных для любого социума целях. В последних случаях западные исследователи обращаются к термину «темная сторона» социального капитала.

Итак, с одной стороны социальный капитал может способствовать группе или индивиду в достижении тех или иных целей. Многие из этих целей, с другой стороны, порой имеют негативные последствия для иных людей – или прямо (для жертв организованной преступности), или косвенным образом способствуя институциональной дискриминации (например, по религиозным причинам). Таким образом, социальный капитал направляется на укрепление неравенства или поддержку антисоциального поведения.

Практика говорит также о том, что когда люди взаимодействуют друг с другом, формируя определенную сеть для того, чтобы достичь собственных целей, то иногда это делается за счет других людей. Так социальные группы, обладающие большой властью могут пытаться ограничить или разрушить социальный капитал тех, кто располагает меньшей властью.

Однако негативные последствия социального капитала порой неотделимы от его преимуществ. Имеется немало примеров того, как групповая солидарность (важная характеристика социального капитала) приводила к враждебности по отношению к членам других групп. Иногда позитивные последствия роста социального капитала какой-либо группы сопровождаются негативными результатами для более широкой общности.

Очевидно, имеются и другие негативные последствия социального капитала как оборотная сторона его позитивной значимости для тех, кто им обладает. Во всяком случае, считается, что эти негатив-

ные последствия перевешиваются несомненными позитивными эффектами социального капитала.

Подводя итоги сказанному, отметим, что проблема социального капитала является сравнительно новой и недостаточно изученной как у нас, так и за рубежом. Ведутся дискуссии в связи с определениями социального капитала и его структуры. До сих пор недостаточно разработаны надежные и апробированные методы измерения различных компонентов социального капитала. Учитывая данные исследований социального капитала различных социальных общностей, можно заключить, что теоретическая и практическая разработка проблем социального капитала очень актуальна для современной России. Поскольку доверие является ключевым компонентом социального капитала, то формирование гражданского общества невозможно без роста уровня межличностного доверия людей друг к другу как в рамках тех или иных социальных групп, так и во всем обществе. Именно на основе доверия формируются различные социальные сети, связывающие единомышленников, направленных на достижение общественно значимых целей.

ГЛАВА 16

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН ГЕНДЕРНОГО НЕРАВЕНСТВА*

Феномен гендерного неравенства – это один из частных случаев проявления социального неравенства в обществе. Гендерное неравенство понимается как форма социального неравенства, при котором мужчины и женщины наделены неравными возможностями в обществе. Некоторые авторы определяют гендерное неравенство как характеристику общественного устройства, согласно которой мужчины и женщины обладают устойчивыми различиями, возникшими из-за неравных возможностей в обществе (Кейзик, 2015). Более 40 лет назад появилась заинтересованность в глубоком изучении этого феномена, оценке его экономических и социальных последствий. Гендерное неравенство остается устойчивым явлением в организациях и обществе, хотя характер этого неравенства и обстоятельства сильно изменились (Calás, Smircich, Halving, 2014). Гендерное неравенство в организации остается устойчивым, несмотря на изменения условий труда и социальной политики, эта устойчивость получила название – *феномен «заторможенного прогресса»* (Cohen, Huffman, Knauer, 2009). Примером является сохранение неравенства в статусе и доходе при существенном увеличении доли трудящихся женщин, участвующих в экономике (Blau, Kahn, 2000). Открытие феномена заторможенного прогресса подчеркивает значимость социально-психологических механизмов в воспроизводстве гендерного неравенства.

Гендерное неравенство принимает множество форм, в зависимости от экономической структуры, социальной организации общества, от культурных особенностей (Lorber, 2012). В литературе упоминаются следующие проявления и формы гендерного неравенства: меньшая оплата труда женщин, по сравнению с трудом мужчин; меньшие возможности продвижения в карьере, особенно в тех случаях, когда речь идет о топовых позициях; недооценка работы, выполняемой женщинами; меньшая оплата труда в традиционно «женских» областях деятельности, по сравнению с традиционно «муж-

* Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ № 19-013-00686 А «Феномен гендерного неравенства как фактор карьерного капитала женщины».

скими»; более быстрое продвижение мужчин по карьерной лестнице; дисбаланс в распределении домашней работы и работы по уходу за детьми между мужчинами и женщинами; разница в доступе к образованию и в уровне получаемого образования между мужчинами и женщинами (неравный доступ к высшему образованию или к школьному образованию, разница в уровне грамотности); неравенство в доступе к медицинским услугам, в рождаемости и смертности, продолжительности жизни; сексуальная эксплуатация и насилие в отношении женщин; неравенство в доходах, собственности, феминизация бедности и др. (Калабахина, 2009; Lorber, 2012; Sen, 2001).

Глобальное изучение феномена гендерного неравенства проводится с измерением *индекса гендерного неравенства* (ИГН), представленного Секретариатом Всемирного экономического форума в Женеве в 2010 году. ИГН представляет собой интегральный показатель, отражающий неравенство между мужчинами и женщинами в возможностях достижений в трех аспектах: репродуктивном здоровье, расширении прав и возможностей и на рынке труда. Индекс гендерного неравенства может принимать значения от нуля (полное равенство) до единицы (полное неравенство во всех измерениях). Репродуктивное здоровье измеряется двумя показателями: уровнем материнской смертности и коэффициентом рождаемости у подростков. Расширение прав и возможностей измеряется через показатели соотношения числа женщин и мужчин, являющихся депутатами парламента, и уровня среднего и высшего образования среди женщин. Экономическая активность измеряется через показатели участия женщин в рабочей силе. По данным 2017 года Россия со значением индекса 0,257 заняла 53 место среди 178 стран (Human Development Reports, 2019).

Гендерное неравенство в России связано с рядом особенностей, среди которых перечисляются следующие (Рощин, Зубаревич, 2005):

1) высокий уровень женской занятости;

2) занятость основной доли и мужчин, и женщин в индустриальном секторе и в секторе услуг;

3) равный доступ к образованию мужчин и женщин;

4) превышение уровня образования женщин над уровнем образования мужчин;

5) отсутствие неравенства прав мужчин и женщин с формальной правовой точки зрения в экономической, социальной и политической жизни;

6) существование многих норм позитивной дискриминации.

Таким образом, для России актуальны в большей степени проблемы *скрытой*, а не явной дискриминации: скрытая дискриминация женщин наблюдается даже при сопоставимом и большем уровне человеческого капитала конкретной женщины, так гендерное неравенство продолжает сохраняться и воспроизводиться. В связи с особенностями проявлений гендерного неравенства в России, меры, предлагаемые мировым сообществом для достижения равенства, не подходят для российской действительности, поэтому сегодня необходимо вырабатывать новые подходы к изучению, определению и измерению гендерного неравенства в обществе. Поскольку дискриминация с формального уровня перешла во внутренний (психологический) план, необходимо исследовать дискриминацию на уровне социальных представлений о гендерных различиях, и делать это с учетом культурных особенностей современного российского общества (Гуриева, Казанцева, Белова, 2019).

Гендерное неравенство в различных сферах жизни

Гендерное неравенство проявляется в различных сферах жизни общества: в профессиональной сфере, в семейной сфере, в политике, в повседневном взаимодействии людей.

Гендерное неравенство в профессиональной сфере

Одним из проявлений гендерного неравенства в профессиональной сфере можно считать традиционное разделение профессий на «мужские» и «женские», причем «женские» профессии чаще хуже оплачиваются и требуют меньшей квалификации. В престижных профессиях, которые с большей вероятностью приводят к высокому профессиональному статусу и материальному достатку (таких, как, например, STEM-профессии – технические, научные и инженерные специальности), женщины испытывают разного рода трудности (не связанные с их способностями), в связи с чем могут предпочитать другие области деятельности (Григорьева, Чубарова, 2018). Разделение профессий на «мужские» и «женские» связано, прежде всего, с представлениями о различиях в способностях мужчин и женщин. Именно эти представления, а не способности сами по себе, играют определяющую роль при выборе профессии. Так, девушки занижают самооценку при освоении технологических дисциплин; и юноши, и девушки ориентируются на «мужские» и «женские» профессии (Савостина, Смирнова, Хасбулатова, 2017). Профессиональная гендер-

ная сегрегация – одна из причин неэффективности функционирования рынка труда, это одно из самых устойчивых явлений на рынках труда во многих странах мира (Анкер, 2002). К основным проявлениям гендерного неравенства в сфере труда относятся следующие индикаторы: разница в доходах мужчин и женщин, уровень безработицы (Blau, Kahn, 2000), меньшее количество женщин, занимающих высокие управляющие позиции, «двойные стандарты» в оценке женского и мужского труда, наличие социальных стереотипов о «женских» и «мужских» профессиях.

Гендерное неравенство в семейной сфере

Гендерное неравенство в семейной сфере связано с традиционным разделением социальных ролей мужчины и женщины. Объяснения гендерного неравенства в обществе через социальные роли апеллируют к историческому разделению занятий между мужчиной и женщиной и, как следствие, к выводу о наличии у представителей каждого пола соответствующих характеристик, необходимых для выполнения этих ролей. Долгое время содержание социальных ролей мужчины и женщины и разделение труда между ними четко определялось неявным социальным контрактом. В советский период за женщиной закреплялись три роли: домохозяйки, матери и работницы, что приводило к перегруженности и ухудшению социального положения женщин (Хасбулатова, 2018). В современной России наблюдается процесс отката к патриархально-консервативным представлениям о социальных ролях мужчин и женщин (Воронина, 2013), проявляются негативные метаморфозы гендерного дискурса, возрождаются идеи «естественного» предназначения полов. Социальные роли предписывают женщинам и мужчинам определенное поведение, в результате чего женщины «не подходят» для работы в организации на тех должностях, которые «подходят» для мужчин. Ориентированность девочек на обслуживание семьи в процессе социализации связывают с их представлениями о заниженном социальном статусе в будущем (Попова, 1996).

Гендерное неравенство в сфере политики

О гендерном неравенстве позволяет судить также гендерная асимметрия в сфере политики (Рощин, Зубаревич, 2005). Для примера, в Государственной Думе шестого созыва женщины составляют около 14% от общего состава депутатов. Гендерная структура нынешней Государственной Думы говорит о том, что законодательная

власть в России является преимущественно «мужской». Для того чтобы скорректировать соотношение мужчин и женщин во властных структурах и увеличить представленность в них женщин, в некоторых странах вводят так называемые гендерные квоты. Подобная система квот была принята и в СССР. Считается, что одной из причин сокращения числа женщин в структурах власти (по сравнению с СССР) может являться отмена системы квот для женщин. Также существуют объяснения, связанные с влиянием патриархальных ценностей, отсутствием у женщин профессиональных политических навыков (Зимин, 2013).

Гендерное неравенство в повседневном взаимодействии людей

Различия женщин и мужчин в процессе повседневного взаимодействия людей особенно важны, поскольку личность выбирает ценностные ориентиры под определяющим влиянием именно гендерной идентификации (Егорова, 2001). Гендерные стереотипы в современной России имеют свои культурные особенности. Стереотипные российские образы женщины и мужчины отличаются от традиционных западных стереотипов мужественности и женственности. В российском общественном сознании сосуществуют два различных образа женщины: традиционный славянский образ матери и хозяйки и современный образ женщины, трудящейся наравне с мужчиной, сформировавшийся под влиянием советской действительности (Рис, 1994). К традиционным стереотипам женственности в российском обществе можно отнести следующие: женщины более эмоциональны, менее способны к умственной работе, предпочитают домашний труд, их основная сфера творчества – семья, дети и «женские» ремесла; кроме того, женщины болтливы, поверхностны, подвержены предрассудкам и склонны разносить сплетни (Рис, 1994). Также существуют представления о гендерных различиях, считающихся общепризнанными: например, о различиях в математических, пространственных, вербальных способностях, различиях в агрессивности, сексуальности и др., однако и они ставятся под сомнение последними исследованиями (Hyde, 2014). Живучесть гендерных стереотипов может быть обусловлена, в том числе, тем, что половые различия считаются биологически детерминированными и неизменными. Важно отметить, что предубежденность может быть свойственна женщинам против самих же себя. Так, студентки колледжей

более высоко оценивают статьи, авторами которых являлись мужчины, по сравнению со статьями, написанными женщинами (Goldberg, 1968). В исследовании организационной культуры обнаружено, что гендерно окрашенные представления присутствуют в сознании как мужчин, так и женщин. Они не осознаются, но при этом вызывают у персонала когнитивные противоречия. В числе прочего, было показано, что стереотипы могут вызывать ограничения возможностей реализации потенциала в случае, если человек работает в сфере, не соответствующей традиционному гендерному распределению ролей (Ильиных, 2009).

Гендерное неравенство в организации

Механизмы, отвечающие за сохранение гендерного неравенства, лежат не только во внутриличностном и межличностном контекстах, но и в организационном. Гендерное неравенство проявляется на различных уровнях в организации:

- индивидуально-поведенческом;
- нормативном;
- структурном.

Непосредственно в структуре организации существуют скрытые, но устойчивые механизмы, ограничивающие возможности продвижения женщин по карьерной лестнице. Даже если физическое ограничение доступа женщин к властным ресурсам организации отсутствует, то психологическое исключение из властных кругов все равно существует: коллеги-мужчины предпочитают не устанавливать с женщинами привычных рабочих связей. Существуют особые неформальные практики общения мужчин, исключающие возможность женщин присоединиться к социальной сети, участвовать в нетворкинг-процессах (Kirkton, Greene, 2005). Было показано, что для успеха женщины поддержка ментора значительно важнее, чем для мужчины (Tharenou, 2005). Для эффективной работы необходимы не только квалификация работника, его энергетический потенциал и мотивация, но и социальные ресурсы, доверие, участие в сети социальных отношений, и это учитывает ресурсоориентированный подход к изучению карьеры (Dickmann, Cerdin, 2016). Интересно, что субъективное чувство удовлетворенности карьерой как мужчин, так и женщин связано только с количеством мужчин в профессиональном социальном окружении. Поскольку карьера – это обучение, обмен и продвижение в социальной системе, выход на ресурсную по-

зицию в социальной сети, то можно предположить, что ключевыми механизмами воспроизведения гендерного неравенства будут механизмы, связанные с формированием социального капитала. На успех в карьере как на целостный феномен будут влиять такие отношения, как менторство, а также закрытость/открытость рабочей социальной сети, степень доступности «элитных» ресурсных связей и оптимизм до первого осознания гендерности организаций. Все это говорит о специфике и проблематичности построения социальной основы успешной карьеры у женщин.

Нивелировать влияние гендера помогают в первую очередь особые стратегии нетворкинга (Benschop, 2009), но возможности нетворкинга малодоступны для меньшинств. Женский пол препятствует формированию социального капитала, необходимого для продвижения по карьере (Coleman 2011). Социальный капитал крайне важен для карьерного продвижения, необходимы специальные усилия со стороны менеджмента компании (например, через менторство) по формированию социальных связей.

Социально-психологические феномены гендерного неравенства в организации

К социально-психологическим феноменам гендерного неравенства в организации относятся так называемые «стеклянные» феномены:

1. ***«Стеклянный потолок»*** («glass ceiling») – это тот уровень в карьерной иерархии, выше которого женщинам не удается подняться несмотря на то, что формальных ограничений, мешающих занимать более высокие позиции, не существует. Термин «стеклянный потолок» был введен в 1970-х гг. в США для обозначения невидимых искусственных барьеров, основанных на предрассудках, с которыми сталкиваются успешные женщины в профессиональной карьере. Позже эта метафора была расширена и на другие социальные группы, такие как этнические и расовые меньшинства, сталкивающиеся с аналогичной проблемой, но значение термина сегодня соответствует первоначальному – это «потолок» в карьере, выше которого женщины (и представители других меньшинств) не могут продвинуться по причинам, не связанным с их профессиональными качествами. Эти барьеры никак формально не обозначены, их появление и существование связывают с предрассудками относительно женских и мужских социальных ролей, существующих в организациях и в обществе в целом. Проблема существует во многих странах, в том числе и в раз-

витых. «Стеклянный потолок» является вариантом гендерной сегрегации в сфере занятости – это вертикальная гендерная сегрегация. В случае «стеклянного потолка» речь идет в первую очередь об ограничении возможности успешных женщин, достигших серьезных успехов в карьере, занимать высокие управляющие позиции в карьерной иерархии внутри организации. Следствием этого становится снижение привлекательности карьерного роста для женщин. Кроме того, существование «стеклянного потолка» не позволяет в полной мере использовать руководящие способности женщин и тем самым наносит ущерб экономике в целом.

2. ***«Стеклянный эскалатор»*** («glass escalator») помогает мужчинам быстрее добиться статуса и успеха в традиционно «женских» профессиях, причем карьерный рост мужчин в «женских» профессиях, таких как, например, сфера красоты или педагогика, происходит еще быстрее, чем в «мужских». «Стеклянный эскалатор» позволяет мужчинам обогнать женщин в карьерном продвижении и способствует появлению «стеклянного потолка».

3. ***«Липкий пол»*** («sticky floor») – понятие, близкое по смыслу к «стеклянному потолку». «Липкий пол» характеризует препятствия для продвижения в начале карьерного пути. Это понятие используется для обозначения явления, когда женщины дольше остаются на начальных позициях в карьере, чем мужчины: женщины как бы «прилипают» к начальной позиции в карьерной иерархии. Ситуация «липкого пола», как и «стеклянный эскалатор», позволяет мужчинам обогнать женщин в карьерном продвижении и приводит женщин к ситуации «стеклянного потолка» (Рощин, Солнцев, 2006).

4. ***«Стеклянная скала»*** («glass cliff») – это феномен, касающийся женщин, занимающих высокие управляющие позиции: женщина с большей вероятностью займет управляющую позицию в период кризиса, когда риск неудачи особенно велик. Таким образом, женщины, которым удается пробиться через «стеклянный потолок», оказываются в ситуации опасного лидерства.

5. ***«Стеклянные стены»*** («glass walls») – феномен, проявляющийся в том, что женщины и мужчины по определенным причинам склонны выбирать разные профессии, причем «женские» профессии обычно требуют меньшей квалификации и хуже оплачиваются. Женщины изначально имеют меньший доступ к профессиям, обеспечивающим значительный карьерный рост в будущем. В таком случае

вертикальная гендерная сегрегация дополняется горизонтальной – «стеклянными стенами».

O. Folke и J. Rickne был введены следующие критерии для исследования феномена «стеклянного потолка» (Folke, Rickne, 2016):

1. *Условное вертикальное неравенство* (Conditional vertical inequality).

Существует неравенство в количестве женщин и мужчин, занимающих руководящие должности, что не объясняется их характеристиками, относящимися к работе. Женщины с меньшей вероятностью занимают высокие позиции в организации.

2. *Возрастающее увеличение неравенства* (Bottom-to-top inequality acceleration).

Гендерное неравенство для более высоких позиций выражено сильнее, чем для более низких позиций.

3. *Неравенство в продвижении в карьере* (Career advancement inequality).

Существует гендерное неравенство в вероятности перехода на более высокий уровень в карьерной иерархии.

4. *Различия в карьерных траекториях* (Diverging career trajectories).

Гендерное неравенство в распределении влиятельных позиций возрастает по мере движения по карьерному пути и увеличивается для более влиятельных позиций.

В числе наиболее значимых последствий гендерной сегрегации в сфере труда – гендерная разница в оплате труда и различия в уровне безработицы. Важно отметить, что разница в доходах существует даже между мужчинами и женщинами с одинаковым уровнем образования и квалификацией. Принцип равного вознаграждения мужчин и женщин за труд равной ценности был включен в трудовое законодательство многих стран, но различия в оплате труда все еще продолжают быть одной из наиболее устойчивых форм гендерного неравенства. Этот разрыв в уровне оплаты труда постепенно сокращается, но разница все еще значительна. Некоторая часть разницы в доходах может быть связана с разницей в карьерных выборах и с разницей во времени, проведенном на рынке труда, которое обычно меньше у женщин. Также эта разница может быть объяснена тем, что женщины чаще выбирают определенные типы занятости, такие как, например, частичная занятость. Следствием гендерного неравенства в организациях стало то, что женщинам доступен меньший диапазон

профессий, предполагающих меньшую ответственность и/или меньшую оплату и меньшие возможности карьерного продвижения, таким образом, оказывается ограничен доступ женщин к экономическим ресурсам и к ресурсам власти. Так, было показано, что чем выше уровень власти в государственной сфере, тем меньше в нем представлено женщин (Коростылева, 2014). Гендерное неравенство в организациях приводит не только к ухудшению субъективного благополучия женщин, но и приносит ущерб экономике, так как трудовой потенциал женщин не используется в полном объеме (Хасбулатова, 2014). Было показано, что существует взаимосвязь между эффективностью экономического развития регионов и уровнем гендерного неравенства (Базуева, Радионова, 2018). В результате гендерного разделения женщины оказываются ограничены в доступе к хорошо оплачиваемым и квалифицированным должностям и в доступе к экономическим ресурсам, следствием чего становится ограничение возможностей и в политической сфере.

Гипотезы о причинах существования «стеклянных» феноменов можно объединить несколькими основными идеями: личностными особенностями (воспитание, образование, социально-психологический портрет женщины), институциональными особенностями функционирования современной организации, в системе которой заложена разница в человеческом капитале мужчин и женщин, разницей в социальных ролях как непосредственно на работе, так и за пределами трудовой сферы, гендерными стереотипами, закрепленными социальными и корпоративными институтами; и, наконец, социокультурными нормами и правилами поведения, которые обусловлены влиянием социума, культуры, вероисповедания (Гуриева, Белова, 2019). Разделение женщинами времени и ресурсов между семейными и рабочими обязанностями можно считать одной их основных причин гендерных различий в карьере и альтернативах самореализации. Многие авторы отмечают четкое разделение семейных обязанностей между мужчинами и женщинами, объясняя сложившееся разделение нормативным и естественным для функционирования и поддержания семейных отношений. Другим важным фактором, мешающим женщинам продвигаться по карьерной лестнице и занимать высокие управляющие должности, остаются гендерные стереотипы, устойчивые установки относительно мужских и женских социальных ролей, мужского и женского поведения, «врожденных» способностей к руководству, готовности прикладывать усилия для достижения успехов.

Подходы к изучению гендерного неравенства

В гендерной проблематике сформировано три основных исследовательских направления:

1. Поло-ролевой подход (sex roles approach).
2. Исследования женщин (women studies).
3. Гендерные исследования (gender studies).

В гендерных исследованиях доминирующей стала парадигма социального конструирования гендера (Martin, 2004). Одним из ключевых понятий в концепции социального конструирования гендера является понятие «создание гендера» («doing gender») – это процесс взаимодействия, в котором индивиды присваивают гендерную идентичность себе и предписывают ее другим. Впервые термин «создание гендера» был использован К. Уэст и Д. Циммерманом в статье «Doing Gender», опубликованной в 1987 году в журнале «Gender and Society». Согласно этой статье, гендерная характеристика человека предназначена для конструирования гендерного поведения как естественного. Это приводит к формированию системы, в которой индивиды оцениваются с точки зрения их способности соответствовать гендерным ожиданиям. Гендер проявляется во взаимодействии, и поведение оценивается с точки зрения социально закрепленных представлений о гендере (West, Zimmerman, 1987). Процесс создания гендера считается естественным, поскольку он остается невидимым. Среди детерминант создания гендера называются социальные роли, ожидания соответствия поведения конвенциональным требованиям, соответствие его предписаниям для каждого пола (Клецина, 2002).

В организационной и социальной психологии сложилось два мета-теоретических подхода, определяющих концептуальные и методические средства исследований «гендерного разрыва» (Марарица, Казанцева, Гуриева, 2019):

1. «Гендер в организациях» («gender in organizations»)

В подходе «gender in organizations» понятия «пол» и «гендер» рассматриваются как синонимы, гендер понимается как черта или социальная роль работника, а сама организация является «нейтральной». В рамках этого подхода проводятся исследования причин меньшей успешности женщин. «Стеклянные» феномены объясняются когнитивными механизмами: имплицитными теориями лидерства, социальными ролями и статусными характеристиками. Так был открыт феномен «двойных стандартов» при оценке женщин, назначении на должность, сравнении кандидатов, определении финансового возна-

граждения, а также тот факт, что представление об успешном менеджере содержит характеристики, не ассоциированные с женщинами. Подход «gender in organizations» может предложить решение проблемы гендерных ограничений путем самомониторинга и поведенческой гибкости женщин, так как изменение культуры и прекращение гендерной категоризации практически невозможно.

2. «Гендерные организации» («gendered organizations»)

В подходе «gendered organizations» гендер понимается как культурно и исторически закрепленная система отношений, социальный институт, формирующийся через «гендерные отношения» и воспроизводящийся через отношения подчинения и доминирования в организации. Организации в контексте данного подхода можно рассматривать как «заводы по производству гендера», или «режимы неравенства», которые складываются из многих процессов, позволяющих строить несправедливые отношения на основе пола или расы. Гендер здесь – это не вопрос восприятия людьми друг друга в организации, это «вшитая» в структуру организации система отношений, которая работает для всех, кто в нее попадает и в которой норма – это доминирование и неравенство, а не нейтральное отношение к полу и справедливость. Главный вопрос этого подхода: как гендер становится связанным с иерархией в организации, со структурой власти и подчинения? Организация не является «нейтральной» по отношению к гендеру, а социальная структура организации остается устойчивой из-за усилий по ее воспроизводству, поэтому может быть изменена. Здесь фокус смещается на организацию с ее повседневными практиками и политиками, которые могут провоцировать разделение на основе гендера при отборе, оценке и продвижении сотрудников. Рассматриваются две основные темы: «делание (воспроизведение) гендера» («doing gender»), связанное с языковыми категориями и повседневными практиками, поддерживающими «гендерные отношения», и «телесное воплощение» («embodiment»), связанное с привязкой гендера к телу. Это все то, что делает гендер «видимым» и может стать основой для межполовой конкуренции или дискриминации.

В последние десятилетия произошли значительные и системные изменения в образовании женщин, а тот факт, что женщины стремятся отложить брак и рождение детей, привели к появлению высококвалифицированных женщин, готовых к профессиональной управленческой работе. У женщин появилась возможность освоить нижние и средние менеджерские позиции, тем не менее, «стеклянный

потолок» все еще ограничивает доступ женщин к более высоким позициям, кроме того, существуют и другие сходные феномены, ограничивающие профессиональные возможности женщин. На сегодняшний день социально-психологические механизмы воспроизводства гендерного неравенства изучены недостаточно, практически не описаны неформальные практики и политики организации, ответственные за воспроизводство неравного доступа к ресурсам и возможностям организации, мало исследованы «маргинальные» гендерные стратегии формирования карьерного и социального капитала в организационной среде, имеются противоречия в эмпирических данных. Есть основания предполагать, что ключевыми механизмами воспроизведения гендерного неравенства будут механизмы, связанные с формированием социального капитала. Для получения всесторонней оценки гендерного неравенства необходимо изучать не только индивидуальное поведение, связанное с разыгрыванием гендерно-специфичного поведения, но и неформальные нормы и структурные признаки гендерного неравенства, существующие в организациях.

БИБЛИОГРАФИЯ

Алексеев А.Н. Контент-анализ: техника или методология? (к постановке проблемы) // Методологические и методические проблемы контент-анализа / Под ред. А.Г. Здравомыслова. Вып. 1. М., Л.: ИСИ АН СССР, 1973. С. 19-24.

Алмазова О.В. Типология взаимоотношений взрослых сиблингов // Вестник Московского университета. Сер. 14. Психология. 2013. № 2. С. 134-146.

Ананьев Б.Г. Человек как предмет познания. СПб.: СПбГУ, 2001.

Ананьев Б.Г. Бытие и сознание (о новой книге С.Л. Рубинштейна) // Вопросы психологии. 1959. № 1. С. 149-156.

Андреева Г.М. Психология социального познания. М.: Аспект Пресс, 2005.

Андреева Г.М. Социальная психология: учебник для фак. психологии ун-тов. М.: МГУ, 1980.

Андреева Г.М. Социальная психология: учебник для высших учебных заведений. М.: Аспект Пресс, 1996.

Андреева Г.М. Социальная психология: учебник для студентов вузов. 5-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2009.

Андреева Т.В. Социальная психология семьи. СПб: СПбГУ, 2006.

Андреева Г.М. К истории становления социальной психологии в России // Вестник Моск.ун-та. Сер. 14. Психология. 1997. № 4. С. 6-16.

Анкер Р. Теории профессиональной сегрегации по признаку пола: аналитический обзор // Гендер и экономика: мировой опыт и экспертиза российской практики / Отв. редактор и составитель Е.Б. Мезенцева. М., ИСЭПН РАН – МЦГИ – «Русская панорама», 2002. С. 299-328.

Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. Классика МБА. М.: Питер, 2007.

Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2004.

Асмолов А.Г. Психология личности. М.: МГУ, 2017.

Базуева Е.В., Радионова М.В. Исследование взаимосвязи степени гендерного неравенства и уровня развития региональных социально-экономических систем // Женщина в российском обществе, 2018. № 4. С. 120-131.

Батищев Г.С., Пономарев Я.А. Деятельность // Философский словарь / Под. ред. И.Т. Фролова, ред. колл.: А.А. Гусейнов, В.А. Лекторский, В.В. Миронов и др. сост. П.П. Апрышко, А.П. Поляков, Ю.Н. Солодухин. 8-е изд., дораб. и доп. М.: Республика; Современник, 2009. С. 183-184.

Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. Социальная психология личности. М.: Академия, 2009.

Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание. М.: Прогресс, 1986.

Бесемер Х. Медиация. Посредничество в конфликтах / Перевод с нем. Н.В. Маловой. Калуга. Духовное познание, 2004.

Бессонова Л.В., Доценко Е.Л. Обыденные представления о структуре общения // Вестник Моск. Ун-та. Сер. 14. Психология. 1999. № 2. С. 23-33.

Бобнева М.И. Социальные нормы и регуляция поведения. М.: Наука, 1978.

Богданова Е.В., Сидоренко Е.В. Выбор стратегий поведения в конфликте у подростков // Психология XXI века: Психология как наука, искусство и призвание. Сборник научных трудов участников международной научной конференции молодых ученых: В двух томах. / Под научной редакцией А.В. Шаболтас, С.Д. Гуриевой. СПб.: СПбГУ, 2018. С. 317-322.

Богданова Н.В. Влияние эмоционального интеллекта на выбор стратегий разрешения межличностных конфликтов у подростков: выпускная аттестационная работа. СПб.: СПбГУ, 2016.

Бодалев А.А. Психология общения. М.: Институт практической психологии; Воронеж: НПО «МОДЭК», 1996.

Бойко В.В., Ковалев А.Г., Панферов В.Н. Социально-психологический климат и личность. М.: Мысль, 1983.

Бромлей Ю.В. Этнос и этнография. М.: Наука, 1973.

Брудный А.А. К теории коммуникативного воздействия // Теоретические и методологические проблемы социальной психологии / Под.ред. Г.М. Андреевой, Н.Н. Богомоловой. М.: МГУ, 1977. С. 32-49.

Брутман В.И., Варга А.Я., Радионова М.С. Особенности семейного воспитания и личностные характеристики женщин, бросающих своих детей // Ежегодник РПО. Психология сегодня. М. 1996, Т. 2. С. 151.

Бурменская Г.В. Привязанность ребенка к матери как основание типологии развития // Вестн.Моск.Ун-та. Сер. 14. Психология. 2009. № 4. С. 17-31.

Бэлл Э., Браймен А. Методы социальных исследований. Группы, организации, бизнес. Харьков: Гуманитарный центр, 2012.

Введение в практическую социальную психологию / Под ред. Ю.М. Жукова и др. М.: Смысл, 1996.

Вереитинова Т.В., Волкова Е.Н., Волкова И.В., Михалюк О.С. К определению понятия позитивной социализации молодежи // Вестник Минского университета, 2016, № 2.

Волков И.П. Социометрические методы в психологическом исследовании. Л.: ЛГУ,1970.

Воронина О.А. Политика гендерного равенства в современной России: проблемы и противоречия // Женщина в российском обществе, 2013. № 3. С. 12-20.

Выготский Л.С. Психология // Собр. соч.: в 6 т. Т. 4. Детская психология. М.: Эксмо, 2002. С. 5-242.

Гайдукова Е.А. Социальные представления о ролевых отношениях в современной семье: дисс. … канд.психол.наук. М., 2011.

Гибш Г., Форверг М. Введение в марксистскую социальную психологию / Пер. с нем. Т.А. Рябушкиной. М.: Прогресс, 1972.

Голод С.И. Стабильность семьи: социологический и демографический аспекты. М. 1985.

Горянина В.А. Психология общения. М.: Академия, 2002.

Гоффи Р., Джонс Г. Почему люди должны следовать за вами?: Книга о том, что значит быть истинным лидером / Пер. с англ. Виталия Мишучкова; Стогкгольмская Школа Экономики. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. С. 141-142.

Григорьева Н.С., Чубарова Т.В. Уйти нельзя остаться: формирование жизненных стратегий женщин, сменивших STEM-профессии // Женщина в российском обществе. 2018. № 4. С. 71-84.

Гришина Н.В. Психология конфликтов. 2-е изд. СПб.: Питер. 2008.

Гуриева С.Д. Установка и межэтнические отношения. СПб.: Нестор-История, 2008.

Гуриева С.Д., Белова О.Е. «Стеклянный потолок» в профессиональной карьере женщин // Научные труды КубГТУ. 2019. № 4. С. 769-773.

Гуриева С.Д., Казанцева Т.В., Белова О.Е. Социальные представления о гендерных различиях в разных сферах жизни: апробация опросника и проверка надежности шкал // Петербургский психологический журнал. 2019. № 27. С. 88-114.

Даймонд С. Переговоры, которые работают. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011.

Дафт Р. Организации. СПб-М.: прайм-ЕВРОЗНАК, ОЛМА-ПРЕСС, 2003.

Джуэлл Л. Индустриально-организационная психология. СПб.: Питер, 2001.

Дилигенский Г.Г. Массовое политическое сознание в условиях современного капитализма // Вопросы философии. 1971. № 9. С. 53-66.

Донцов А.И. О понятии «группа» в социальной психологии // Вестник Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. 1997. № 4. С. 17-25.

Донцов А.И. Психология коллектива. М.: МГУ, 1984.

Дружинин В.Н. Психология семьи. СПб.: Питер, 2006.

Егорова Л.С. Гендерные стереотипы в управлении (По материалам социологического исследования) // Женщина в российском обществе. 2001. № 3-4. С. 13-17.

Жуков Ю.М. Коммуникативный тренинг. М.: Гардарики, 2004.

Земска М. Семья и личность. М.: Прогресс. 1999.

Зимин В.А. Женщины России в политике и структурах власти // Теория и практика общественного развития, 2013. С. 297-299.

Знаков В.В. Понимание в познании и общении. Самара: Самарский гос. ун-т, 2000.

Зограбян А.Г. Переговорный процесс в условиях международного кризиса // США и Канада: Экономика, политика, культура. 1998. № 8.

Иванова Е.Н. Коммуникация в курсе обучения посредников. СПб: СПбГУ, 2006.

Изард К.Э. Психология эмоций. СПб.: Питер, 2011.

Ильиных С.А. Гендерные стереотипы и гендерные представления в организационной культуре: на примере организаций малого бизнеса // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2009. С. 332-338.

Казанцева Т.В. Альтруизм: феномен и операционализация // Петербургский психологический журнал. 2016. № 14. С. 1-20.

Калабахина И.Е. Система факторов гендерного неравенства // Вестник Московского университета. 2009. № 4. С. 64-73.

Кальер Ф. О способах ведения переговоров с государями. М.: Гендальф, 2000.

Капустина А.Н. Социальная психология личности. СПб.: СПбГУ, 2012.

Карабанова О.А. Психология семейных отношений и основы семейного консультирования. М.: Гардарики, 2005.

Кац Д.В. Переговоры и посредничество: Инструменты повседневной деятельности международника. СПб.: СПбГУ, 2008.

Кейзик А.Н. Гендерное неравенство на современном этапе развития общества // Международный научный журнал «Символ науки». 2015. № 7. С. 178-179.

Кле М. Психология подростка: Психосексуальное развитие. М.: Педагогика, 1991.

Клецина И.С. Развитие гендерных исследований в психологии // Общественные науки и современность. 2002. № 3. С. 181-192.

Кляйманн М. Ассесмент-центр. М.: Гуманитарный центр, 2004.

Кови С.Р. Семь навыков высокоэффективных людей: Мощные инструменты развития личности / Пер с англ. 3-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.

Кокошин А.А., Кременюк В.А., Сергеев В.М. Вопросы исследования международных переговоров // Мировая экономика и международные отношения. 1988. № 10. С. 3-13.

Кон И.С. В поисках себя. Личность и её самосознание. М.: Просвещение, 1999.

Кон И.С. Психология ранней юности. М.: Просвещение, 1989.

Кон И.С. Ребенок и общество. М.: Академия, 2003.

Кондратьева С.В. Межличностное понимание и его роль в общении: автореф. … док. психол. наук. Л., 1977.

Коростылева Н.Н. Гендерное измерение кадровых процессов на государственной гражданской службе // Женщина в российском обществе. 2014. № 1. С. 12-18.

Крайг Г., Бокум Д. Психология развития. СПб.: Питер, 2008.

Кратохвил С. Основные типы семейных проблем и их решение / Под ред. Д.Я. Райгородского. Самара: Издательский дом БАХРАХ-М, 2003, С. 639-721.

Кричевский Р.Л. Если Вы руководитель. М.: Дело, 1993.

Кричевский Р.Л. Психология лидерства. М.: Стаут, 2007.

Крюкова Т.Л., Сапоровская М.В., Куфтяк Е.В. Психология семьи: жизненный трудности и совладение с ними. СПб.: Речь, 2005.

Кузьмин Е.С. Основы социальной психологии. Л.: ЛГУ, 1967.

Куницына В.Н. Методы изучения семейных ценностей и взаимодействия внутри семьи (ЦО-36, ПиН) // Семья в современном мире / Сост. и науч. ред. В.Н. Куницына. СПб.: СПбГУ, 2010. С. 50-51.

Куницына В.Н. Понимание и доверие в семье // Психология общения. Энциклопедический словарь / Под общ. ред. А.А. Бодалева. 2-е изд., испр. и доп. М.: Когито-Центр, 2014. С. 221.

Куницына В.Н. Трудности межличностного общения: дисс. … док. психол. наук. СПб., 1991.

Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение. Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2001.

Куницына В.Н., Юмкина Е.А. Семейные отношения и дом: метод изучения внутрисемейных отношений. СПб.: ЛЕМА, 2015.

Кутсар Д. О характерах супругов в связи с некоторыми показателями атмосферы общения в конфликтной семье // Психология семьи. Хрестоматия / Сост. Д.Я. Райгородский. Самара: Бахрах-М, 2007. С. 505-512.

Лабунская В.А. Экспрессия человека: общение и межличностное познание. Ростов н/Д.: Феникс, 1999.

Ле Бон Г. Психология толп // Психология толп. М.: Институт психологии РАН, 1998. С. 15-257.

Лебедева М.М. Политическое урегулирование конфликтов: Подходы, решения, технологии. М.: Аспект Пресс, 1999.

Лебедева М.М. Технология ведения переговоров. М.: Аспект Пресс, 2010.

Левкович В.П., Зуськова О.Э. Социально-психологический подход к изучению супружеских конфликтов // Психология семьи. Хрестоматия / Сост. Д.Я. Райгородский. Самара: Бахрах-М, 2007. С. 528-546.

Леонтьев А.А. Психология общения. М.: Смысл, 2008.

Лоренц К. Агрессия (так называемое «зло»). М.: Прогресс, 1994.

Майерс Д. Социальная психология. СПб.: Питер, 2006.

Мак-Дуголл У. Основные проблемы социальной психологии / Пер. с англ. М.Н. Смирновой. М.: Космос, 1916.

Макшанов С.И. Психология тренинга. СПб.: Образование, 1997.

Марарица Л.В., Казанцева Т.В., Гуриева С.Д. Феномен гендерного неравенства как фактор карьерного капитала женщины: постановка проблемы // Психология человека в образовании. 2019. Т. 1. № 1. С. 44-52.

Марарица Л.В., Казанцева Т.В., Почебут Л.Г., Свенцицкий А.Л. Вклад личности в социальный капитал группы: структура альтруистического инвестирования // Социальная психология и общество. № 1. 2018. С. 43-66.

Меграбян А. Психодиагностика невербального поведения. СПб.: Речь, 2001.

Методы социальной психологии / Под ред. Е.С. Кузьмина, В.Е. Семенова. Л.: ЛГУ, 1977.

Мид Дж. Избранное: сб. переводов / сер. Теория и история социологии. М., 2009.

Милграм С. Эксперимент в социальной психологии. СПб.: Питер, 2000.

Митрошенков О.А. Эффективные переговоры. М.: Весь Мир, 2000.

Никольсон Г. Дипломатия. М.: ОГИЗ, 1941.

Ниренберг Дж. Маэстро переговоров. Минск: Парадокс, 1996.

Общая психология: учебник для студентов пед.ин-тов / Под ред. А.В. Петровского. 3-е изд., перераб и доп. М.: Просвещение,1986.

Оллпорт Г. Становление личности. М.: Смысл, 2002.

Панферов В.Н. Восприятие и интерпретация внешности людей: (Фотогр. изображений человеческих лиц): автореф. … канд. психол. наук. Л., 1969.

Парк Р. Избранные очерки: Сб. переводов / Отд. социологии и социал. психологии; отв. ред. Д.В. Еременко. Сер. «Теория и история социологии». М., 2011.

Парыгин Б.Д. Основы социально-психологической теории М.: Мысль, 1971.

Парыгин Б.Д. Социальная психология. СПб.: ИГУП, 1999.

Петровский А.В. История советской психологии. М.: Просвещение, 1967.

Подмарков В.Г. Человек в мире профессий // Вопросы философии. 1972. № 8. С. 53-62.

Попова Л.В. Некоторые тенденции в ценностных ориентациях девочек и мальчиков младшего подросткового возраста // Женщина российском обществе. 1996. № 4. С. 35-39.

Почебут Л.Г. Мейжис И.А. Социальная психология. СПб.: Питер, 2010.

Почебут Л.Г. Социальная психология толпы. СПб.: Речь, 2004.

Почебут Л.Г. Социальная психология. СПб.: Питер, 2017.

Почебут Л.Г., Свенцицкий А.Л., Марарица Л.В., Казанцева Т.В., Кузнецова И.В. Социальный капитал личности. Монография. М.: ИНФРА-М, 2014.

Почебут Л.Г., Чикер В.А. Организационная социальная психология. М.: Юрайт, 2017.

Почебут Л.Г., Чикер В.А., Волкова Н.В. Социально-психологическая модель когнитивного социального капитала организации: концепция и аспекты исследования // Организационная психология. 2018. Т. 8. № 2. С. 47–71.

Психологические механизмы регуляции социального поведения / Отв. ред. М.И. Бобнева, Е.В. Шорохова. М.: Наука, 1979.

Пэнто Р., Гравитц М. Методы социальных наук. М.: Прогресс, 1972.

Реан А.А. Психология познания педагогом личности учащихся. М.: Высшая школа, 1990.

Регуш Л.А. Наблюдение в практической психологии. СПб.: Образование, 1996.

Рис Н. Гендерные стереотипы в российском обществе: взгляд американского этнографа // Этнограф. обозрение. 1994. № 5. С. 44-50.

Росс Л., Нисбетт Р. Человек и ситуация. Уроки социальной психологии / Пер. с англ. В.В. Румынского; под ред.: Е.Н. Емельянова, В.С. Магуна. М.: Аспект Пресс, 2000.

Рощин С.Ю. Гендерное равенство и расширение прав и возможностей женщин в России в контексте целей развития тысячелетия / С.Ю. Рощин, Н.В. Зубаревич. М., Информационный центр ООН, 2005. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119647 (дата обращения 24.11.2019).

Рощин С.Ю., Солнцев С.А. Кто преодолевает «стеклянный потолок»: вертикальная гендерная сегрегация в российской экономике. Москва, ГУ ВШЭ, 2006.

Рубинштейн С.Л. Бытие и сознание. М.: Академия наук СССР, 1957.

Савостина Е.А., Смирнова И.Н., Хасбулатова О.А. STEM: профессиональные траектории молодежи (Гендерный аспект) // Женщина в российском обществе. 2017. № 3. С. 33-44.

Свенцицкий А.Л. Организационная психология. М.: Юрайт, 2014.

Свенцицкий А.Л. Основы психологии делового общения // Деловое общение. Учебное пособие / Под ред. С.Д. Гуриевой. СПб.: Скифия-принт, 2017. С. 7-15.

Свенцицкий А.Л. Социальная психология: учебник. М.: Проспект, 2003.

Свенцицкий А.Л. Социальная психология: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2014.

Себениус Дж. Межкультурные переговоры // Harvard Business Review, декабрь 2005.

Сидоренко Е.В. Психология влияния и манипуляций // Деловое общение: учебное пособие / Под ред. С.Д. Гуриевой. СПб.: Скифия-принт, 2017. С. 38-46.

Сидоренко Е.В. Технологии тренерской работы: Книга для бизнес-тренеров. М.: Университет «Синергия», 2017.

Сидоренко Е.В. Тренинг личностного влияния и противостояния чужому влиянию. Москва: АСТ, 2017.

Словарь по этике / Под ред. И.С. Кона. 4-е изд. М.: Политиздат, 1981.

Смит Г.К. Тренинг прогнозирования поведения: тренинг сенситивности. СПб.: Речь, 2001.

Солдатова Г.У. Цифровая социализация в культурно-исторической парадигме: изменяющийся ребенок в изменяющемся мире // Социальная психология и общество. 2018. Т. 9. № 3. С. 71-80.

Социальная психология // Под ред. Е.С. Кузьмина, В.Е. Семенова. ЛГУ, 1979.

Социальная психология общения: теория и практика : монография / Под общ. ред. С.Д. Гуриевой, Л.Г. Почебут, А.Л. Свенцицкий. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2019.

Социальная психология: учеб. пособие для вузов / Под ред. А.М. Столяренко. М: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.

Спэнгл М., Айзенхарт М. Переговоры. Решение проблем в разном контексте. Харьков: Гуманитарный центр, 2009.

Стивенс С.С. Экспериментальная психология. Т. 1. М.: Иностр. литература, 1960.

Стил П.Т., Бизор Т. Переговоры в бизнесе. Практическое пособие / Перевод с англ. М.: HIPPO, 2004.

Тард Г. Мнение и толпа // Психология толп. М.: Изд-во КСП+, 1998. С. 257-408.

Тернер Дж. Социальное влияние. СПб.: Питер, 2003.

Узнадзе Д.Н. Психологические исследования. М.: Наука, 1966.

Фишер Р., Браун С. Путь к единению, или От переговоров – к тесному взаимодействию. М., Правда, 1992.

Фишер Р., Эртель Д. Подготовка к переговорам. М.: Филинъ, 1996.

Фишер Р., Юри У. Путь к согласию, или Переговоры без поражения. М.: Наука, 1990.

Фишер Р., Юри У., Паттон Б. Переговоры без поражения. Гарвардский метод / Пер. с англ. Т. Новиковой. 2-е изд. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.

Фромм Э. Бегство от свободы. М.: Аст, 2009.

Хасбулатова О.А. Гендерный подход как технология повышения эффективности кадровой политики // Женщина в российском обществе. 2014. № 4. С. 3-10.

Хасбулатова О.А. Технологии создания мифа о равноправии полов: советские практики // Женщина в российском обществе. 2018. № 4. С. 49-59.

Чикер В.А. Методология и методы социально-психологических исследований. СПб.: СПбГУ, 2010.

Чикер В.А. Психологическая диагностика организации и персонала. СПб.: Речь, 2003.

Чикер В.А., Почебут Л.Г. Теоретические и методологические основы изучения моббинг-процессов в организациях // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2016. Т. 1. № 2 (2). С. 139-161.

Шейн Э. Организационная культура и лидерство. СПб.: Питер, 2002.

Шибутани Т. Социальная психология. М., Ростов-на-Дону: Феникс, 1999.

Шихирев П.Н. Исследование социальной установки в США // Вопросы философии. 1973. № 2. С. 159-167.

Шнейдер Л.Б. Психология семейных отношений. Курс лекций. М.: Апрель-Пресс, ЭКСМО-Пресс, 2000.

Шнейдер Л.Б. Семья: оглядываясь вперед. СПб.: Питер, 2013.

Штомпка П. Социология. Анализ современного общества. М.: Логос, 2008.

Шульц Д., Шульц С. Психология и работа. СПб.: Питер, 2003.

Эриксон Э. Детство и общество. СПб.: Речь, 2002.

Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. М.: Флинта, 2006.

Юмкина Е.А. Семейный уклад как социально-психологический феномен: дисс. … канд.психол.наук. СПб., 2015.

Юмкина Е.А., Медведева А.А. Специфика взаимоотношений в сиблинговых парах // Молодой ученый. 2019. № 26 (264). С. 286-289.

Юри У. Гарвардская школа переговоров. Как говорить НЕТ и добиваться результатов (пер. с англ. Т. Новиковой). М.: Альпина Бизнес Букс, 2012.

Юри У. Преодолевая «нет», или Переговоры с «трудными» людьми. М.: Наука, 1993.

Юшачкова Т.Б. Понимание людьми друг друга в контексте проблем современной психологии: монография. Магнитогорск: МаГУ, 2013.

Ядов В.А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности. // Методологические проблемы социальной психологии // Отв. ред. Е.В. Шорохова. М.: Наука. 1975. С. 89-106.

Ядов В.А. Социологическое исследование. Программа. Методология. Методы. М.: Наука, 1996.

Яковлева И.С. Значение разных психологических сигналов для формирования впечатления о человеке. СПб.: СПбГУ, 2002.

Bar-Tal D. Altruistic motivation to help: Definition, utility and operationalization // Humboldt Journal of Social Relations. 1986. Vol. 13, № 1-2. P. 3-14.

Bates J.S., Goodsell T.L. Grandfathers, Grandsons and Generativity // Marriage and Family Review. 2013. № 49. P. 26-50.

Batson C.D. The Altruism Question: Toward a Social-psychological Answer. New York, London: Psychology Press, 2014.

Benschop Y. The Micro politics of Gendering in Networking // Gender, work and organizationб March. 2009. Vol. 16. No 2. P. 217-237.

Blau F.D., Kahn L.M. Gender differences in pay // Journal of Economic Perspectives. 2000. Vol. 14, No. 4, P. 75–99.

Bossard J., Boll E. Ritual in family living. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1950.

Breckler S.J., Olson J.M., Wiggins E.C. Social psychology alive. Belmont, C.A.: Thomson Wadsworth, 2006.

Cairns L. Negotiation Skills in the Workplace: A Practical Handbook, London. 1996.

Calas M.B., Smircich L., Halving E. Theorizing Gender-and-Organization: Changing Times… Changing Theories? In: S. Kumra, R. Simpson, R.J. Burke (eds.), The Oxford Handbook of Gender in Organizations. Oxford: Oxford University Press. 2014. P. 17–52.

Cellich C. «Business Negotiations: Making the Firs Offer» // International Trade FORUM. № 2. 2000.

Cellich C., Jain S. Creative Solutions to Global Business Negotiations, Second Edition Publisher: Business Expert Press (10 Aug. 2016).

Cohen P.N., Huffman M.L., Knauer S. Stalled Progress? Gender Segregation and Wage Inequality Among Managers, 1980–2000 // Work and Occupations. 2009. Vol. 36. No. 4. P. 318–342.

Coleman M. Women at the top: challenges, choices and change, London: Palgrave Macmillan. 2011.

Cook K.S. Networks, norms and trust: the social psychology of social capital. 2005. Vol. 68. № 1. P. 4-14.

Cooper R.K., Sawaf A. Executive EQ: Emotional intelligence in business. London: Orion, 1997.

Dickmann M., Cerdin J.L. Exploring the Development and Transfer of Career Capital in an International Governmental Organization // The International Journal of Human Resource Management. 2016. Vol. 29. No 15. P. 2253-2283.

Dovidio J.F., Piliavin J.A., Schroeder D.A., Penner L.A. The social psychology of prosocial behavior. Psychology Press, 2017.

Dunn E.W., Aknin L.B., Norton M.I. Prosocial Spending and Happiness: Using Money to Benefit Others Pays Off // Current Directions in Psychological Science. 2014. Vol. 23, № 1. P. 41–47.

Farr J. Social Capital: a conceptual history // Political Theory. 2004. Vol. 32, № 1. P. 6-33.

Fearon J.D., Laitin D.D. Explaining Interethnic cooperation // American Political Science Review.1996. Vol. 90, No. 4. P. 719-720.

Fehr E., Fischbacher U. The Nature of Human Altruism // Nature. 2003. № 425. P. 785-791.

Field J. Social capital. London and New York: Routledge, 2008.

Folke O., Rickne J. The Glass Ceiling in Politics: Formalization and Empirical Tests // Comparative Political Studies, 2016. Vol. 49. No. 5. P. 567-599.

Fukuyama F. Social capital, civil society and development // Third World Quarterly. 2001. Vol. 22. № 1. P. 7-20.

Fukuyama F. Trust: the social virtues and the creation of prosperity. London: Hamish Hamilton, 1995.

Gallese V., Goldman A. Mirror neurons and the simulation theory of mind-reading // Trends in cognitive sciences. 1998. Vol. 2, №12. P. 493-501.

Goldberg P. Are women prejudice against woman? // Trans-Action. 1968. Vol. 4. P. 28-30.

Goldhaber G.M., Barnett G.A. (eds.) Handbook of Organizational Communication. Norwood, N.J.: Alex Publishing, 1995.

Hamlin J.K. Moral Judgment and Action in Preverbal Infants and Toddlers: Evidence for an Innate Moral Core // Current Directions in Psychological Science. 2013, № 22. P. 186-193.

Hellriegel D., Slocum J., Woodman R. Organizational Behavior, 9th edition. Cincinati, Ohio: South-West Publishing (Thomson), 2001.

Huczynski A.A., Buchanan D.A. Organizational Behaviour. Englewood Cliffs, N.Y.: Prentice Hall, 1991.

Human Development Reports: United Nations Development Programme. - URL: http://hdr.undp.org/en (дата обращения 23.11.2019).

Hyde J.S. Gender similarities and differences // Annual Review of Psychology. 2014. Vol. 65. P. 373-398.

Jones C., Volpe E.N. Organizational Identification: Extending our Understanding of Social Identities through Social Networks // Journal of Organizational Behavior. Vol. 32. 2011. P. 413–434.

Keltner D., Kogan A., Piff P.K., Saturn S.R. The sociocultural appraisals, values, and emotions (SAVE) framework of prosociality: Core processes from gene to meme // Annual review of psychology. 2014. № 65, P. 425-460.

Kesebir S., Haidt J. Morality // Handbook of Social Psychology (Ed. by Fiske, S., Gilbert, D., Lindzey G.). Hoboken, New Jersey: Wiley. 2010. P. 797–832.

Kirton G., Greene A. The Dynamics of Managing Diversity: A Critical Approach, 2 nd ed, Oxford: Elsevier, 2005.

Lasswell H.D. Politics: who gets what, when and How? New York: Meridian Books, 1936.

Latane B., Darley J.M. The Unresponsive Bystander: Why Doesn't He Help? New York: Appleton-Century-Crofts, 1970.

Leider S., Möbius M.M., Rosenblat T., Do Q. Directed Altruism and Enforced Reciprocity in Social Networks // The Quarterly Journal of Economics. 2009. Vol. 124, № 4. P. 1815-1851.

Lewicki R.J., Saunders D.M., Minton J.W. Essentials of Negotiation, 2 Edition. New York: McGraw-Hill, 2001.

Lorber J. Gender Inequality: Feminist Theories and Politics, 5th Ed. New York: Oxford, 2012.

Luhmann N. Trust and power. New York: Wiley, 1979.

Martin P.Y. Gender as social institution // Social forces. 2004. Vol. 82. No. 4. P. 1249-1273.

McDavid J.W., Harari H. Social psychology: individuals, groups, societies. New York: Harper & Row, 1968.

Mehrabian A. ""Silent Messages" – A Wealth of Information About Nonverbal Communication (Body Language)". Personality & Emotion Tests & Software: Psychological Books & Articles of Popular Interest. Los Angeles: self-published. Retrieved April 6, 2010.

Mehrabian A., Wiener M. Decoding of Inconsistent Communications // Journal of Personality and Social Psychology. Vol. 6(1). June 1967. P. 109-114.

Nowak M., Highfield R. Supercooperators: Altruism, Evolution, and Why we Need Each Other to Succeed. New York: Free Press, 2011.

Omoto A.M., Snyder M. Considerations of community: the context and process of volunteerism // American Behavioral Scientist. 2002. № 45. P. 846–886.

Penner L.A., Dovidio J.F., Piliavin J.A., Schroeder D.A. Prosocial behavior: Multilevel perspectives // Annual Review of Psychology. 2005. № 56. P. 365-392.

Piliavin J.A., Dovidio J.F., Gaertner S.L., Clark R.D. III. Emergency intervention. New York: Academic Press, 1981.

Riketta M. Organizational identification: A meta-analysis // Journal of Vocational Behavior. 2005. Vol. 36. P. 219-224.

Rilling J.K., Gutman D.A., Zeh T.R., Pagnoni G., Berns G.S., Kitts C.D. A neural basis for social cooperation // Neuron. 2002. № 35. P. 395-405.

Sahakian W.S. Systematic social psychology. New York: Chandler Publishing Company, 1974.

Sen A. The Many Faces of Gender Inequality. The New Republic. 2001.

Sober E., Wilson D.S. Unto Others: The Evolution and Psychology of Unselfish Behavior. Cambridge, MA: Harvard Univ. Press, 1999.

Taylor S.E, Peplau L.A., Sears D.O. Social Psychology. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall, 1994.

Tesser A., Gatewood R., Driver M.S. Some determinants of gratitude // Journal of Personality and Social Psychology. 1968. № 9. P. 233–236.

Tharenou P. Does mentor support increase women’s career aadvancement more than men’s? The differential effects of career and psychosocial support // Australian Journal of Management. 2005. Vol. 30, No 1. P. 77-109.

Thomas G.C., Batson C.D., Coke J.S. Do good Samaritans discourage helpfulness? Self-perceived altruism after exposure to highly helpful others // Journal of Personality and Social Psychology. 1981. № 40. P. 194-200.

West C., Zimmerman D.H. Doing Gender // Gender and Society. 1987. Vol. 1. No. 2. P. 125-151.

Zaki J., Mitchell J.P. Intuitive Prosociality // Current Directions in Psychological Science. 2013. № 22. P. 466-470.

Zartman I.W., Berman M.R. The Practical Negotiator. New Haven: Yale University Press, 1982.

Научное издание

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Отпечатано с готового оригинал-макета.
Формат 60х84/16. Бумага офсетная. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 13,84. Тираж 100 экз. Заказ № 6488.

197198 С.-Петербург, ул. Б. Пушкарская, д. 10, лит. А. пом. 32-Н
тел. 644-41-63, 982-83-94
e-mail: skifia-print@mail.ru
www.skifia-print.ru

Для заметок

Для заметок